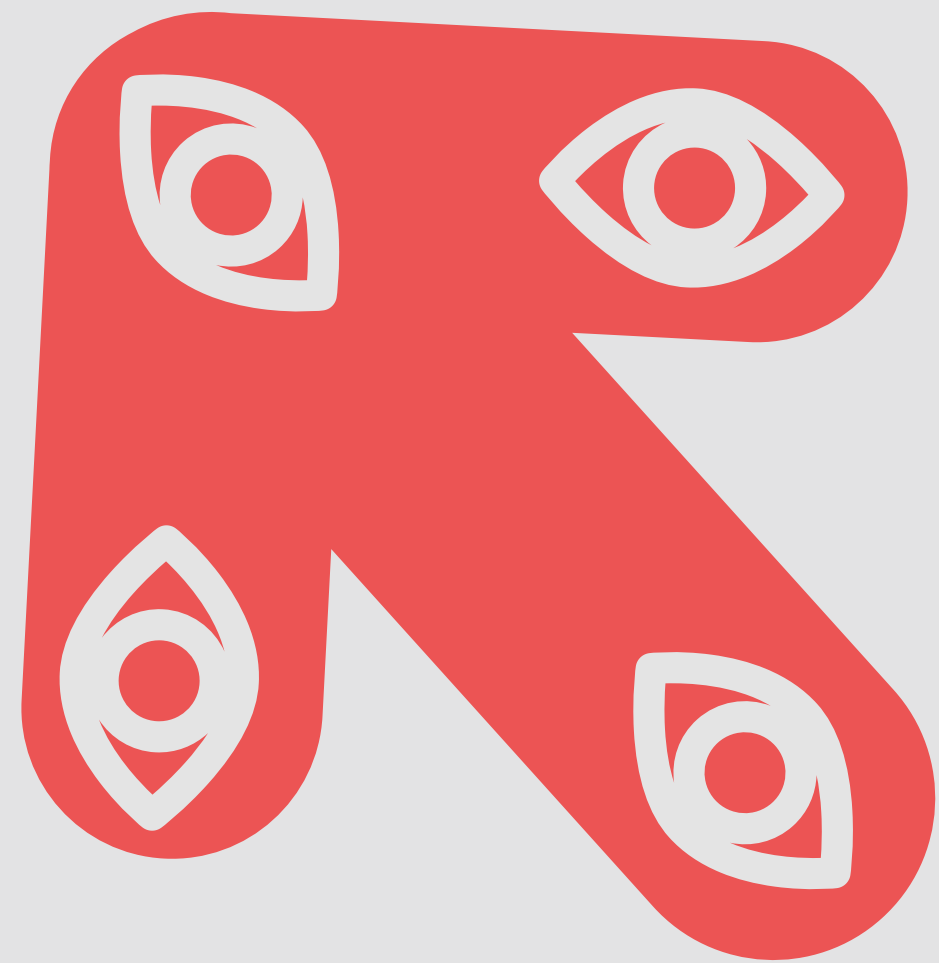
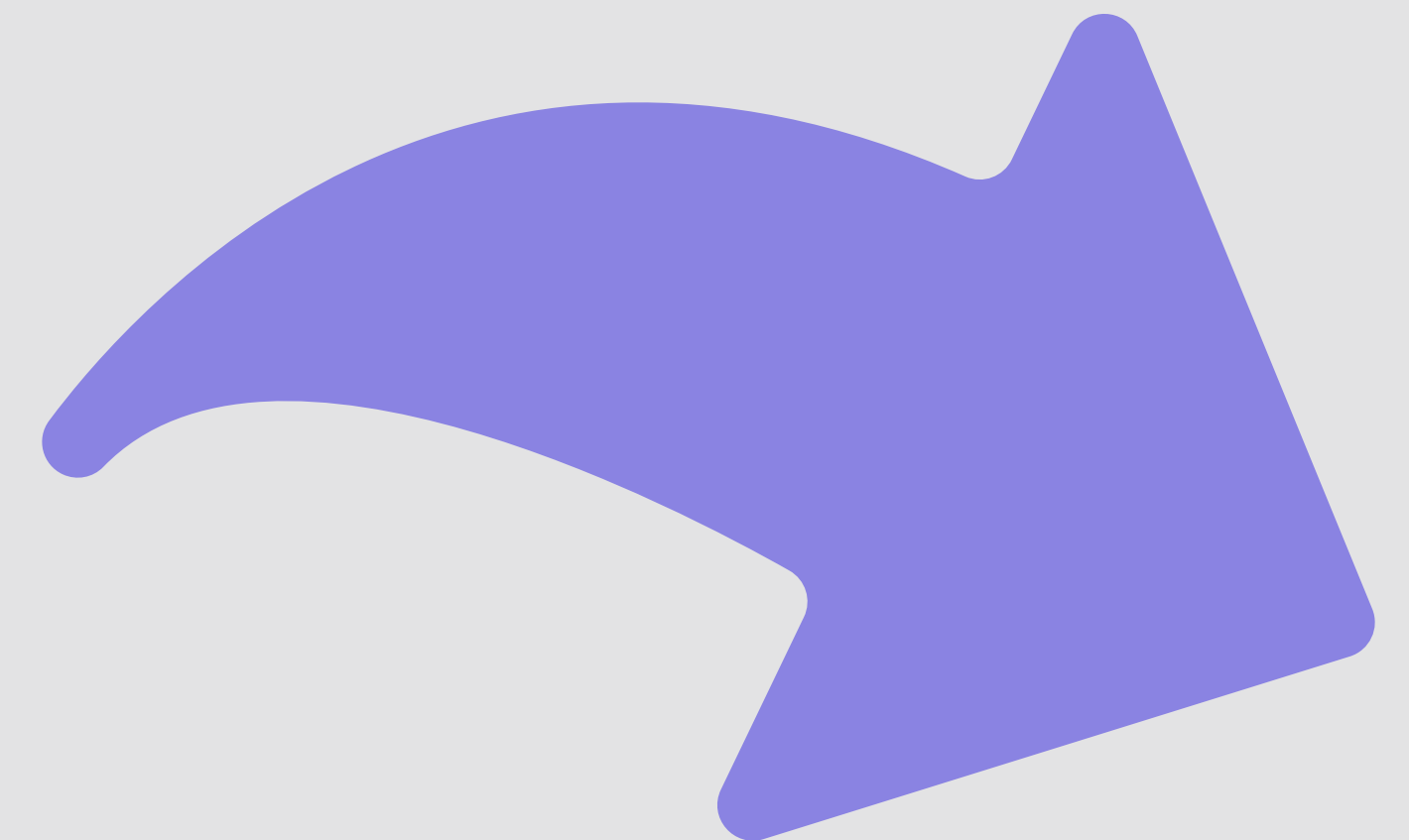




Portfolio **Daniel Schindler**





01/06

Dinge sehen, die andere übersehen

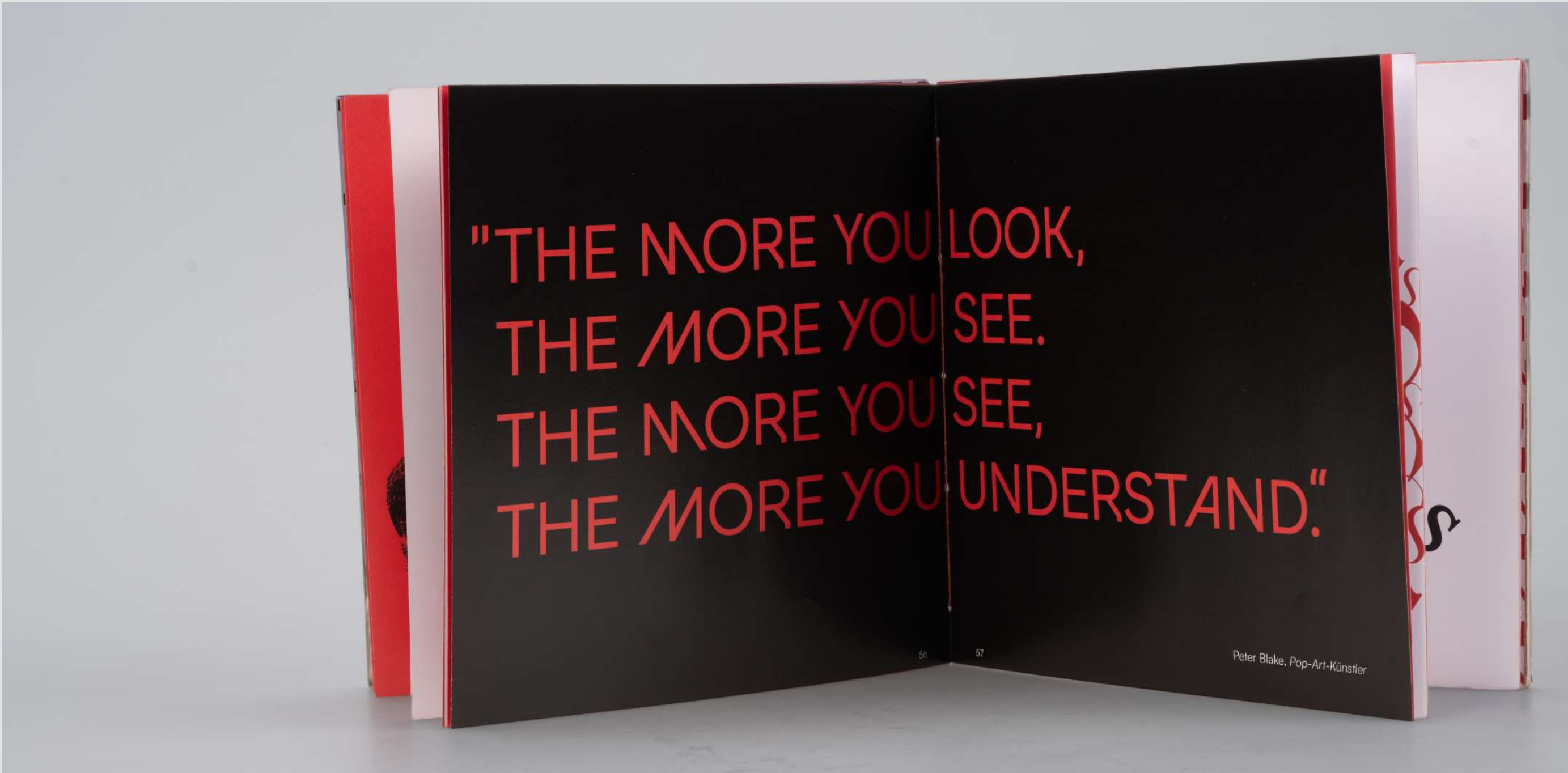
Illustration Editorial

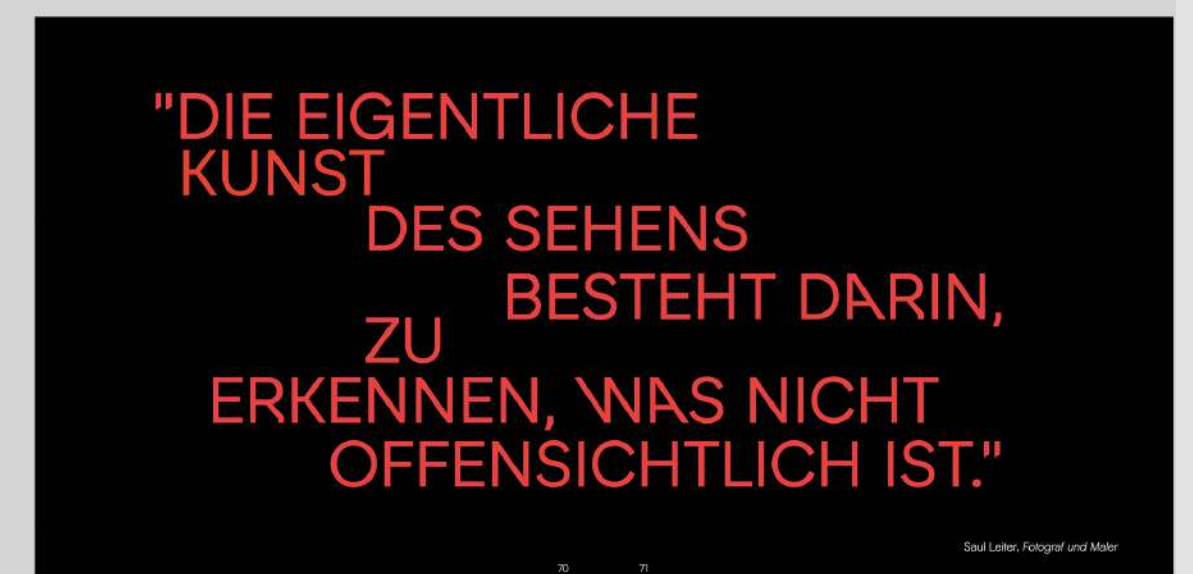
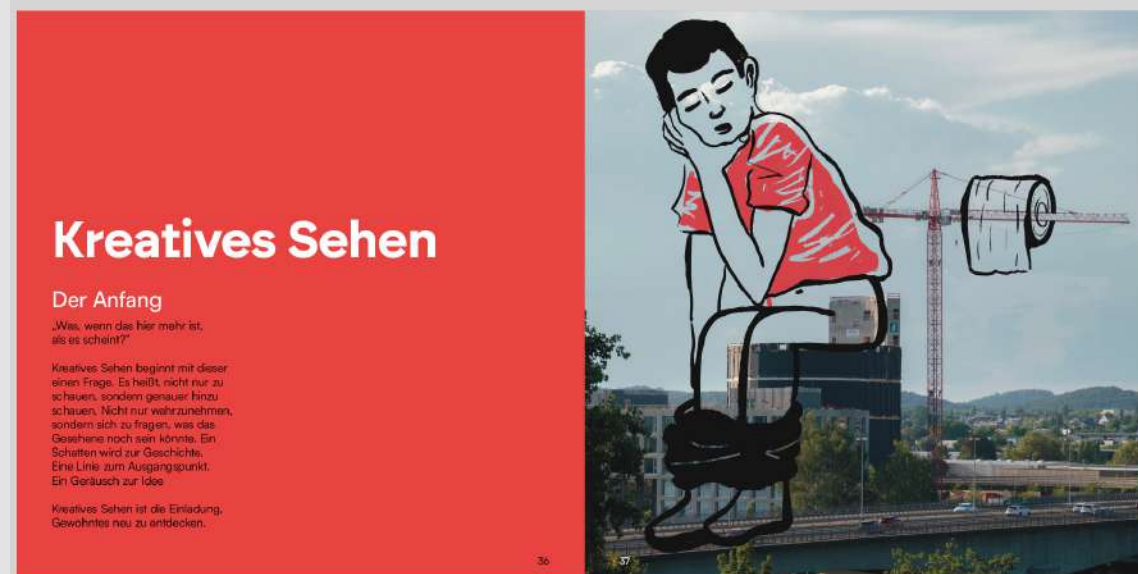
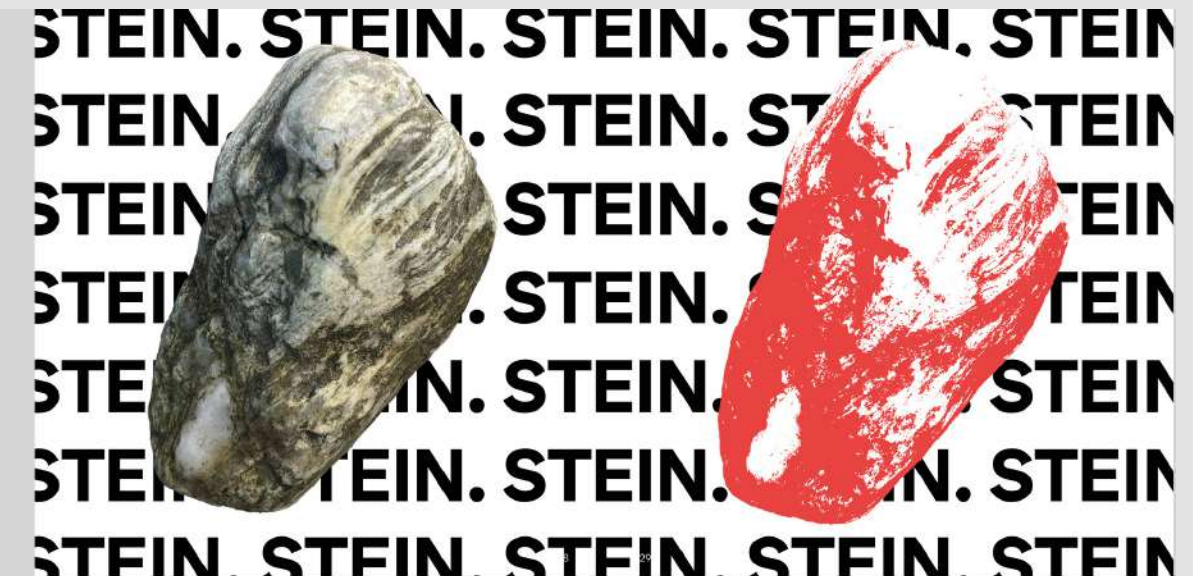
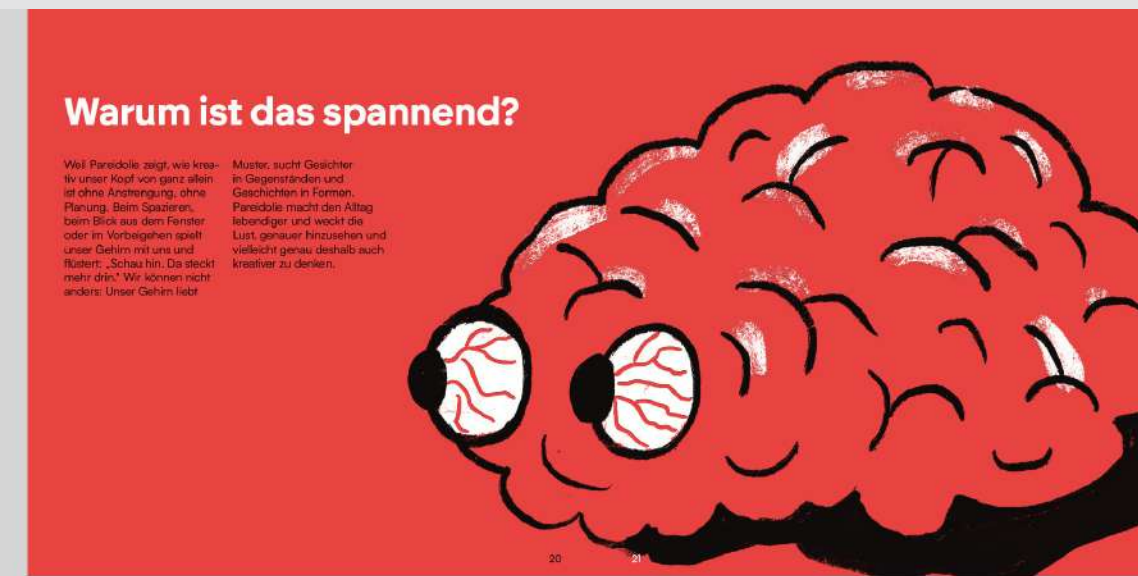
„Dinge sehen, die andere übersehen“ entstand im zweiten Semester. Ausgangspunkt war die Faszination für Pareidolie, das Phänomen, in alltäglichen Dingen Gesichter, Figuren und Geschichten zu erkennen.

Aus dieser Beobachtung entwickelte sich die Idee, ein Buch zu gestalten, das den Blick nicht auf das Offensichtliche richtet, sondern auf das, was oft unbemerkt bleibt.











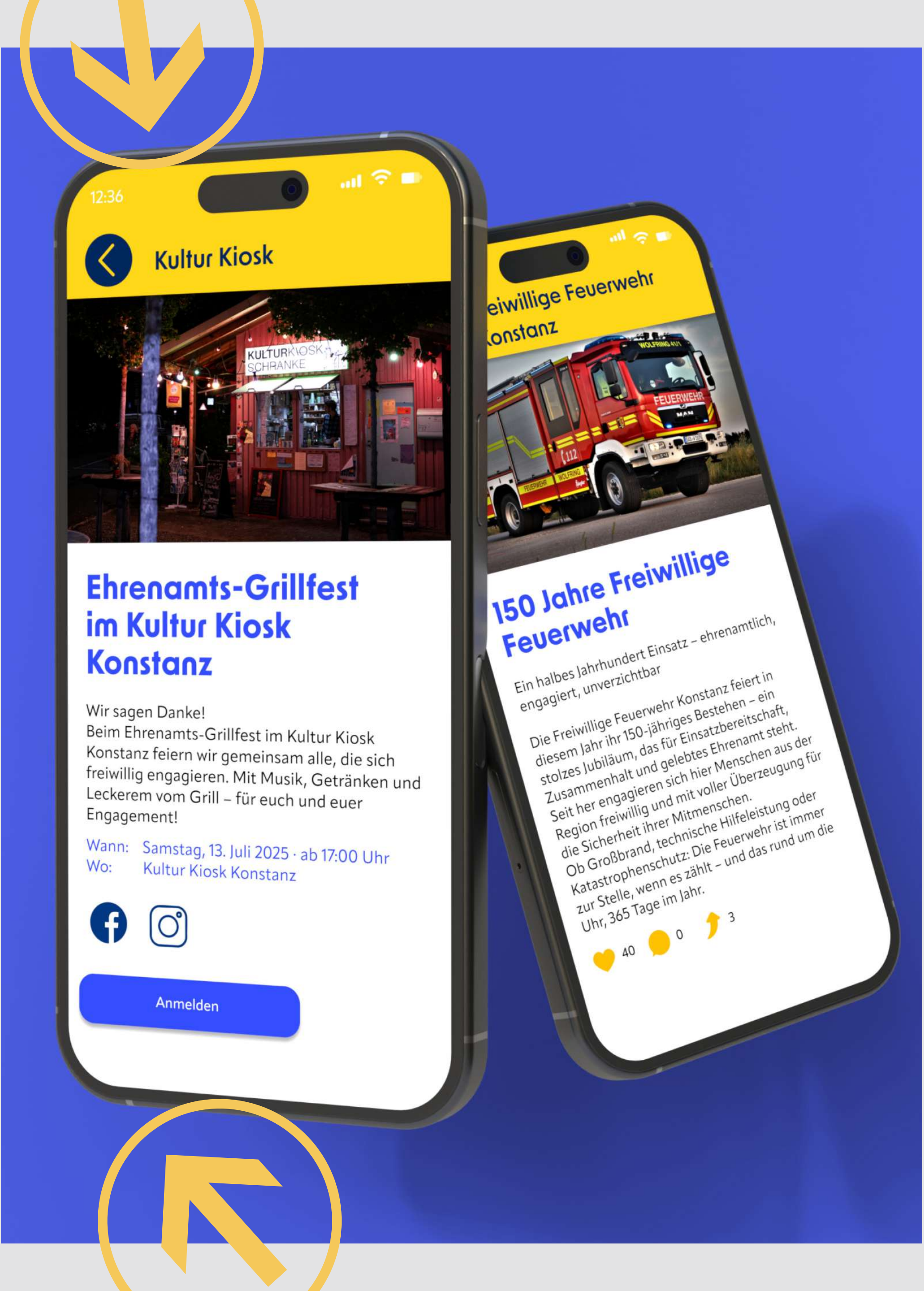
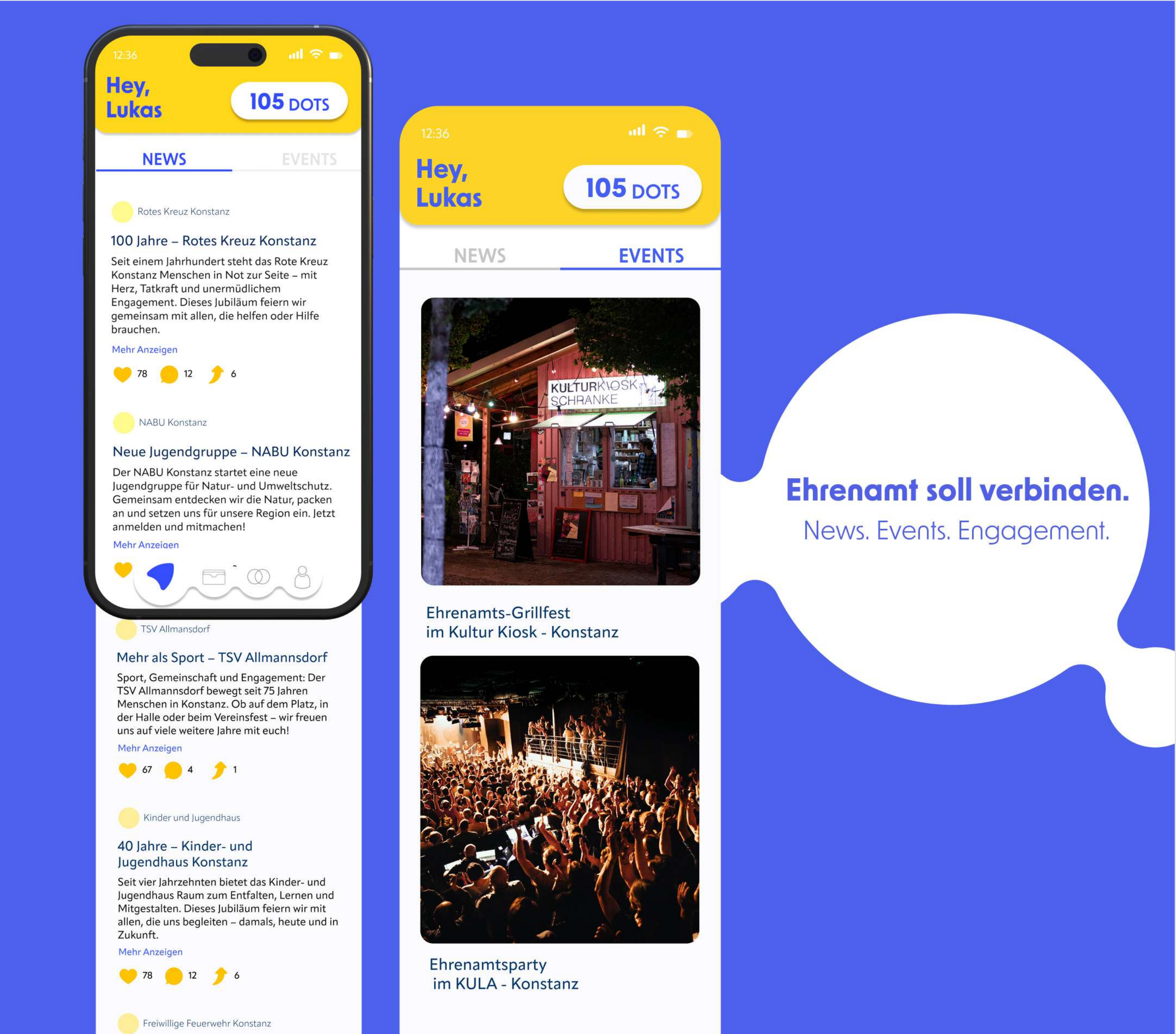
02/06

DOTS

UI UX

DOTS ist ein App-Konzept, das soziales Engagement sichtbar, zugänglich und lohnenswert macht. Die App vernetzt ehrenamtlich engagierte Menschen, erleichtert den Einstieg in freiwillige Tätigkeiten und belohnt Engagement mit Dots, die bei regionalen Partnergeschäften eingelöst werden können.



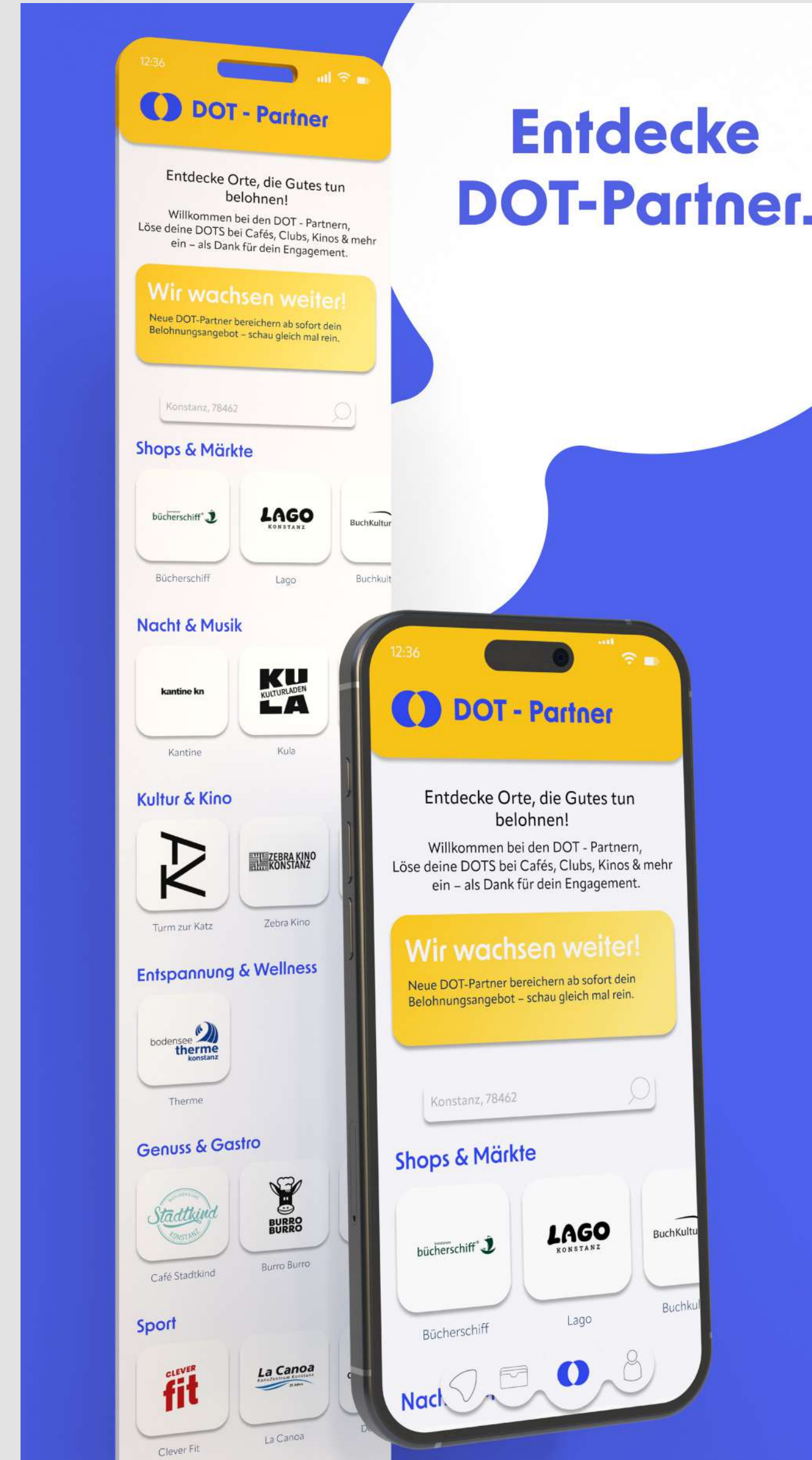




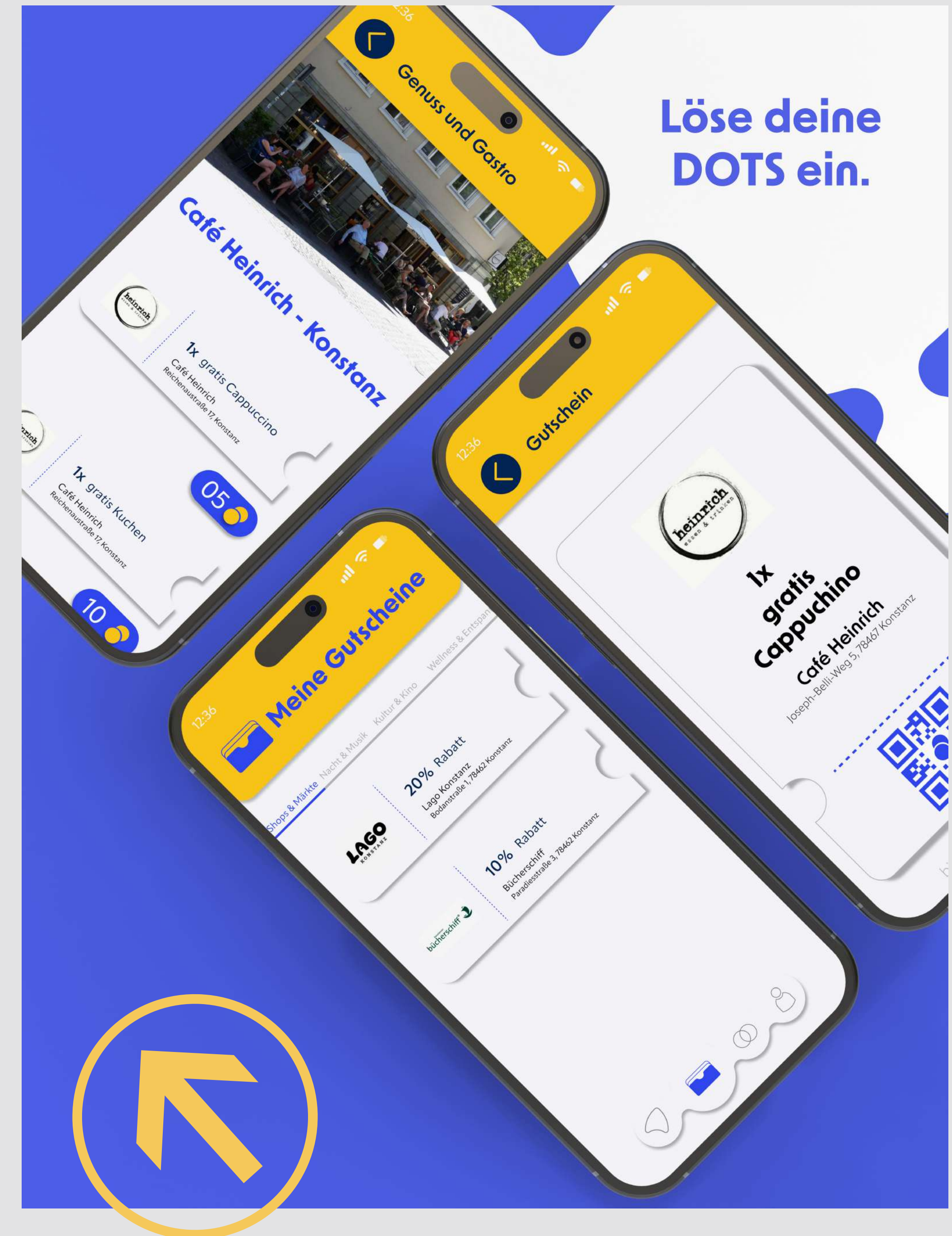
Sammele DOTS.



Entdecke DOT-Partner.



Löse deine DOTS ein.



Farben

Primärfarbe

Zentrale Markenfarbe und wichtigstes Wiedererkennungsmerkmal der App. Wird für Icons, Logos und aufmerksamkeitsstarke Elemente eingesetzt.

Akzentfarbe

Helle Abstufung der Primärfarbe für Verläufe, Hintergründe und dezente Hervorhebungen.

Sekundärfarbe

Bildet den komplementären Kontrast zum Gelb und strukturiert interaktive Elemente sowie Überschriften.

Dunkler Akzent

Verstärkt Kontraste und sorgt für eine gute Lesbarkeit bei Navigation, Icons und Texten.

Neutralfarbe

Bildet den komplementären Kontrast zum Gelb und strukturiert interaktive Elemente sowie Überschriften.

Hintergrundfarbe

Heller Grundton der Benutzeroberfläche, der Inhalte in den Vordergrund rückt und eine ruhige Gesamtwirkung schafft.

DOTS

Mikro-Design
System

Farben



Typografie

Aa

New Order

Prägnante Display-Schrift für Überschriften und zentrale UI-Elemente. Sie verleiht der App einen modernen und wiedererkennbaren Charakter.

Funktion:
Überschriften, Navigation

Aa

Apparat

Gut lesbare Groteskschrift für längere Texte und Informationsinhalte. Sie sorgt für eine klare Hierarchie und hohe Lesbarkeit.

Funktion:
Fließtext, Beschreibungen, Zusatzinformationen, Buttons

DOTS

Mikro-Design
System

Typografie

New Order Bold, 32pt (40)

Headline 1

New Order Semibold, 24pt (32)

Headline 2

Apparat Medium, 18pt (24)

Headline 3

Apparat Regular, 16pt (20)

Standardtext

Apparat Light, 14pt (18)

Zusatztext

Apparat Medium, 12pt (16)

Buttons

Interaktionselemente

Buttons

Input-Felder



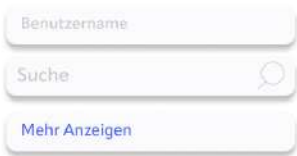
Größe: 232 x 48px

Padding: 16px 32px

Typo: Apparat Medium 12pt

Farbe: #4660F5 #01396F

16px



Größe: 288 x 40px

Padding: 16px 8px

Typo: Apparat Medium 12pt

Farbe: #4660F5 #C6C6C6

8px



Größe: 352 x 56px

Padding: 16px 32px

Typo: Apparat Medium 12pt

Farbe: #01396F #F5F5F5



Größe: 56 x 56px

Icon: 48 x 48px

Farbe: #4660F5 #FFC300

Größe: 32 x 32px

Farbe: #4660F5 #FFD428

Menüleiste



Tab-Buttons

NEWS

EVENTS

Typo: New Order Semibold 24pt

Farbe: #4660F5 #C6C6C6

Shops & Märkte Nacht & Musik Kultur & Kino Wellness & Entspannung Genuss & Gastro Sport

Typo: Apparat Medium 12pt

Farbe: #4660F5 #C6C6C6

DOTS

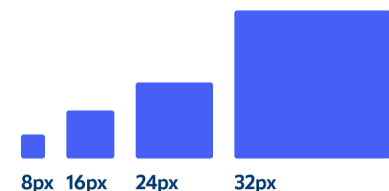
Mikro-Design
System

Interaktionselemente

Raster & Abstände

Grid

Ein durchgängiges 8-Pixel-Raster bildet die Grundlage des Layouts und sorgt für konsistente Abstände sowie eine klare Ausrichtung aller UI-Elemente.



Wrapper

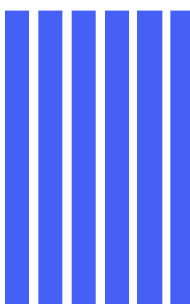
Der Wrapper definiert den äußeren Seitenabstand und begrenzt den Inhaltsbereich.

24 px Außenabstand links und rechts.



Spaltenraster

Das Interface basiert auf einem 6-Spalten-Raster mit 16 px Gutter, wodurch Inhalte flexibel und übersichtlich angeordnet werden können.



Sections

Sections gliedern zusammengehörige Inhalte und schaffen eine klare visuelle Hierarchie.

32–40 px Abstand zwischen den Sections.

24 px Abstand zur jeweiligen Überschrift.



DOTS

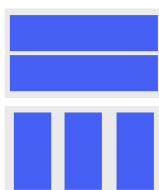
Mikro-Design
System

Raster & Abstände

Containers

Container fassen zusammengehörige Inhalte innerhalb einer Section zusammen.

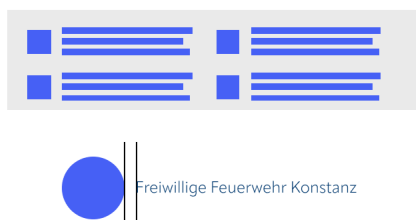
16 px Abstand zwischen den Containern.



Elements

Elemente wie Text, Icons oder Buttons folgen dem 8-Pixel-Raster und besitzen einheitliche Innenabstände.

6–8 px Abstand zwischen einzelnen Elementen.



Engagement, das VERBINDET und BELOHNT.

Werde Teil von DOTS.





04/07

WARTEN- AUSSTELLUNG

3D Branding

Die Ausstellung „Warten – Vom Verlust zur Möglichkeit“ entstand im Rahmen des Kurses Kommunikation im Raum. Ausgangspunkt für die Konzeption war Samuel Becketts Theaterstück „Warten auf Godot.“

Die Ausstellung greift das Thema des Wartens auf und betrachtet es aus einer neuen Perspektive. Ziel ist es, die Wahrnehmung der Besucher zu verändern und Warten nicht als verlorene Zeit, sondern als bewusste Unterbrechung zu verstehen, als einen Moment des Innehaltens und der Reflexion in einem zunehmend beschleunigten Alltag.









Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

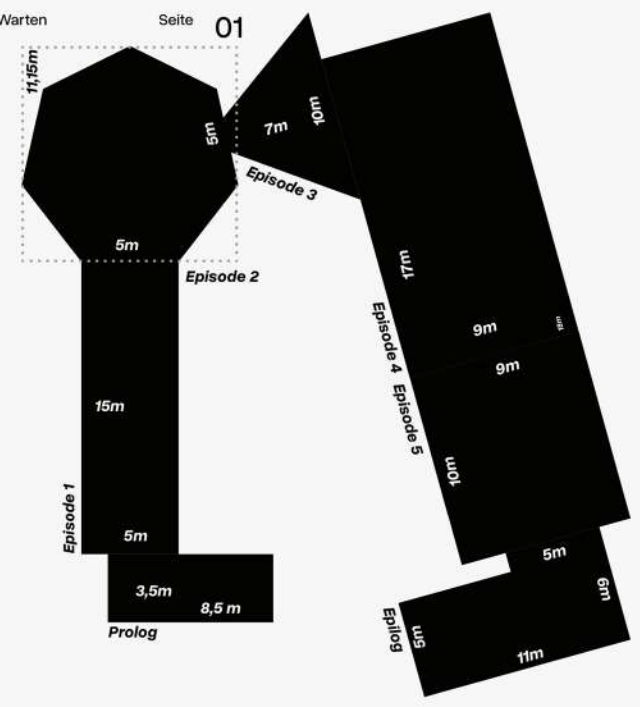
Warten

Seite 01

Raumaufteilung und Konzept

Finales Raumkonzept

Die Ausstellung beginnt mit einem Prolog, der auf das Thema vorbereitet und eine persönliche Lochkarte auslöst. Episode 1 vermittelt die negativen Seiten des Wartens als immersive, persönliche Erfahrung, während Episode 2 diese Negativität aus einer distanzierteren Außenperspektive zeigt. In Episode 3 treten erstmals die positiven Aspekte des Wartens hervor und eröffnen Raum zur Selbstreflexion. Episode 4 verstärkt diese positiven Eindrücke durch Möglichkeiten der Interaktion allein oder in Gruppen. In Episode 5 wird die Lochkarte ausgewertet und ein persönliches Warte-Profil erstellt, das das Erlebte festlegt. Der Epilog ermöglicht ein letztes bewusstes Erleben des Wartens, bevor die Besucherinnen und Besucher in den Alltag zurückkehren.



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 27

Texthierarchien

Es ist kein reines Vergnügen.

Vladimir
» Kann man wohl sagen. «

Estragon
» Alles gelogen! Sag uns die Wahrheit!

Pozzo
» Was habe ich in dieser Zeit zum ersten Mal getan?



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 30

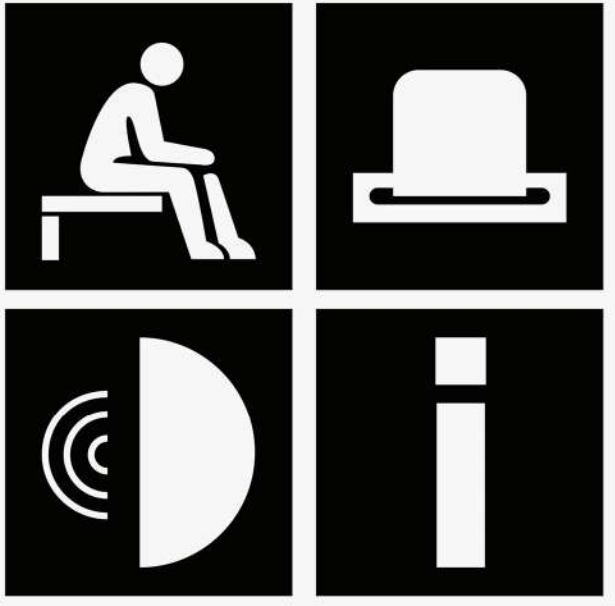
Piktogramme

Konzept

Die Farbgebung der Ausstellung ist bewusst reduziert, um das immersive Erlebnis nicht vorab zu beeinflussen. Eine minimale Palette aus Schwarz, Weiß und einem neutralen Grauton schafft Ruhe, Orientierung und Raum für individuelle Wahrnehmung.

Als Hausschrift wird Overused Grotesk eingesetzt. Die Helvetica-nahe Sans Serif zeichnet sich durch hohe Lesbarkeit und eine zurückhaltende, funktionale Anmutung aus. Ihre subtilen Eigenheiten verleihen dem Ausstellungskonzept eine leichte, absurde Brechung.

Die Typografie ordnet sich dem Raum und den Inhalten unter und unterstützt das Warten als zentrales Thema der Ausstellung. Verwendet werden ausschließlich die Schnitte Regular und Medium.



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 02

Lochkarte

Konzept

Die Lochkarte ist das zentrale Interaktionsmedium der Ausstellung und begleitet die Besucherinnen durch alle Episoden. Sie wird im Prolog ausgegeben und dient als persönlicher Schlüssel zur Ausstellungserfahrung. Formal orientiert sie sich an der klassischen Punchcard, ist jedoch als elektronische A6-Karte umgesetzt, die haptisch und auditiv wie eine Lochkarte funktioniert. An den einzelnen Stationen speichert sie Interaktionen, Entscheidungen und Zeitmomente. In Episode 5 werden diese Daten ausgewertet und zu einem persönlichen Warte-Profil verdichtet. Die Lochkarte verbindet analoge Vertrautheit mit digitaler Funktionalität und steht für Prozess, Zeit und Kontinuität innerhalb des Ausstellungskonzepts.



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 29

Auswertung
Wie warten Sie?

Ladenskasse
e bezahlen Sie.

Willkommen
hmen Sie I te.

Hatt
s war es noch, wonach?

Selbstreflexion
schon mal gefragt?



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 22

Klarheit

Konzept

Im Epilog begegnen die Besucher:innen den Stimmen aus Episode zwei erneut, diesmal mit Geschichten, in denen sich Warten gelohnt oder einen neuen Weg eröffnet hat. Der Raum lädt dazu ein, zur Ruhe zu kommen, die Ausstellung ausklungen zu lassen und die eigene Haltung zum Warten zu reflektieren. Der Epilog macht deutlich: Warten ist nicht nur Erwartung, sondern kann auch Entwicklung, Einsicht und Zufriedenheit hervorbringen.

Lichtkonzept

Auch hier wird Licht zum Sehen verwendet, um einen ruhigen Raum ohne äußere Reize für das bewusste Abschießen des Ausstellungserlebnisses zu schaffen.



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

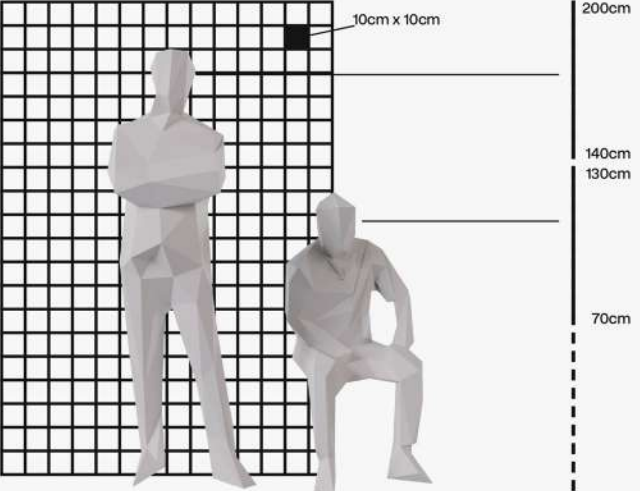
Warten

Seite 26

Horizont

Konzept

Im Designsystem der Ausstellung haben wir einen „Horizont“ definiert, der die Höhe aller Wand- und Objekttexte festlegt. Als Referenz dient eine durchschnittliche Körpergröße von 1,80 m, um eine gute Lesbarkeit für möglichst viele Besucher zu gewährleisten. Dass Personen direkt vor den Texten stehen könnten, wurde bewusst nicht berücksichtigt – so entstehen Situationen, in denen man auf die Texte warten muss, passend zum Ausstellungsthema. Auch die Sitzmöglichkeiten wurden bei der Festlegung des Horizonts mitgedacht.



Ausstellungsbrochüre

Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 12

Einkehr

Konzept

Episode drei bietet den Besucher:innen die Gelegenheit die Fragen der vorherigen Episode wortwörtlich auf sich selbst zu reflektieren. Jede Station kann mittels der „Lochkarte“ aktiviert werden und die jeweilige Frage illuminiert. So sollte den Besucher:innen gezeigt werden, dass Warten einen Raum für Selbstreflexion bieten kann.

Lichtkonzept

Hier kommt Licht zum Ansehen zum Einsatz: Die Spiegel werden nur dann beleuchtet, wenn Personen davor stehen und die Fragen sichtbar werden.



Ausstellungsbrochüre

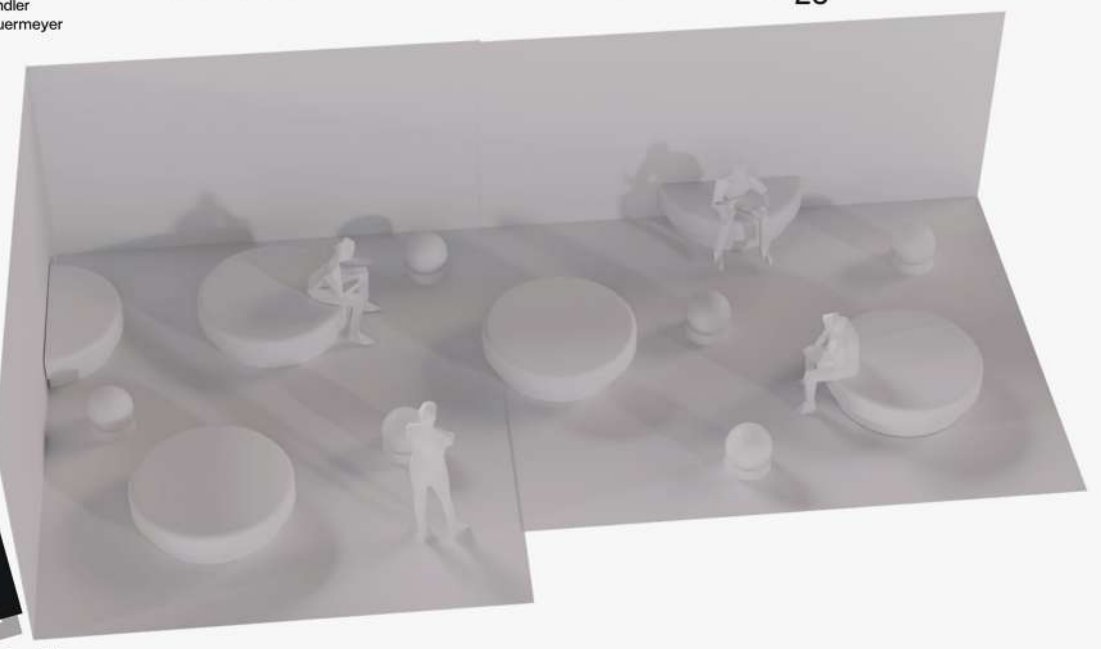
Lea Dimo
Daniel Schindler
Fabio Scheuermeyer

Kommunikation im Raum

Warten

Seite 23

Was bedeutet Warten?
Wartezeit
für dich?



Ausstellungsbrochüre

04/06

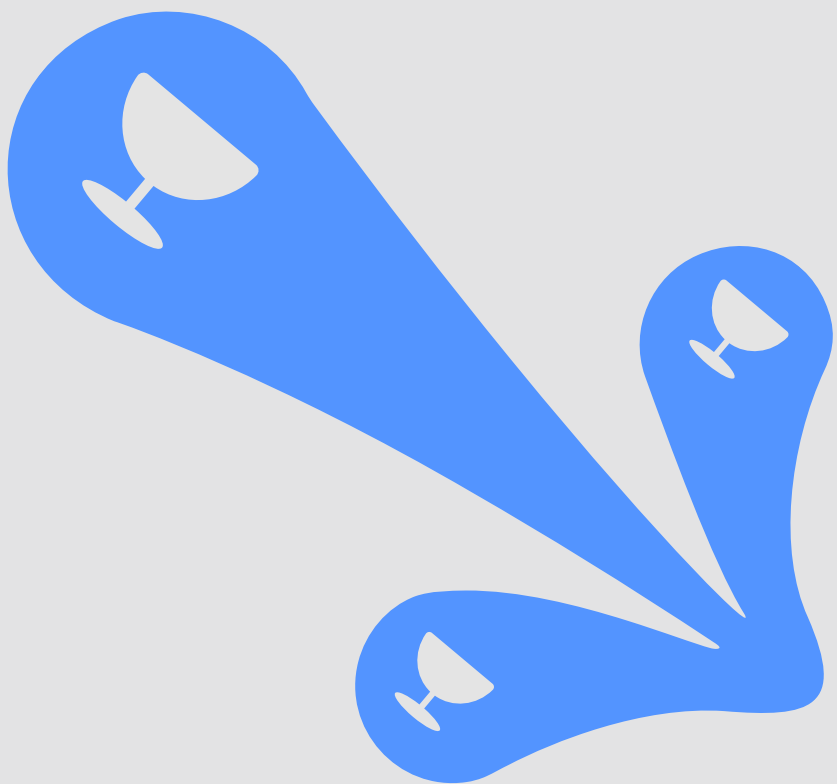
GLASSFESTIVAL
WEISSWASSER

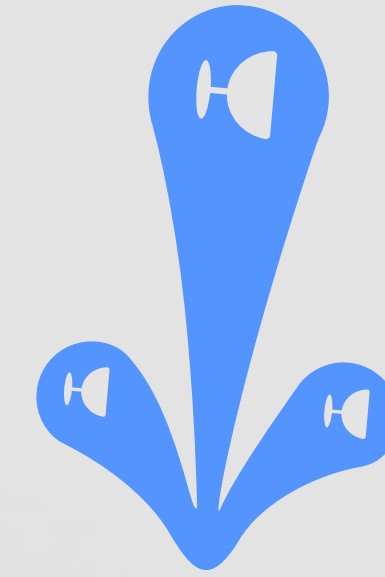
Branding Web 3D Motion

Im Rahmen des Kurses Entwerfen und Komplexität entstand ein neues visuelles Erscheinungsbild für das Glasfestival Weisswasser.

Ziel des Redesigns war es, die lange Tradition der Glasherstellung in Weisswasser zeitgemäß zu interpretieren und dem Festival eine eigenständige, moderne Identität zu verleihen.







GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

GRUNDIDEE & KONZEPT

AUSGANGSLAGE

04

AUSGANGSLAGE

Das Glasfestival Weißwasser ist eng mit der industriellen und kulturellen Geschichte der Stadt verbunden. Weißwasser entwickelte sich im 20. Jahrhundert zu einem der bedeutendsten Standorte der Glasproduktion in Europa und prägte die Region nachhaltig. Die lokale Glasindustrie stand dabei nicht nur für industrielle Fertigung, sondern auch für gestalterische und handwerkliche Qualität.

Mit Persönlichkeiten wie Wilhelm Wagenfeld, der im Umfeld des Bauhauses wirkte, ist die Geschichte des Glases in Weißwasser zugleich in einen größeren gestalterischen und kulturellen Kontext eingebettet. Diese Verbindung aus Industrie, Design und Handwerk bildet bis heute eine wichtige Grundlage für das Selbstverständnis des Festivals.

Gleichzeitig richtet sich das Glasfestival heute an ein breites, zeitgenössisches Publikum aus den Bereichen Design, Kunst, Handwerk und Kultur. Es versteht sich als Plattform für Austausch, Vermittlung und neue Perspektiven auf das Material Glas.

Palke 2025

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

LOGO

08

LOGO DESIGN

Das Logo folgt dem Prinzip der Reduktion. Es schafft Raum für Inhalte, Bilder und Glasobjekte und tritt nicht dominant, sondern unterstützend in Erscheinung. Durch seine klare Formsprache ist das Logo vielseitig einsetzbar und bildet die visuelle Grundlage für das gesamte Erscheinungsbild des Glasfestivals.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

TYPOGRAFIE

14

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

TYPOGRAFIE

Dieses Kapitel erläutert die Typografie des Glasfestival Weißwasser und ihre Funktion innerhalb des visuellen Erscheinungsbildes.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

FARBEN

20

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

FARBEN

Dieses Kapitel erläutert die Farbwelt des Glasfestival Weißwasser und ihre Anwendung im visuellen Erscheinungsbild.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

GRUNDIDEE & KONZEPT

ZIEL & HALTUNG

05

ZIEL & HALTUNG

Ziel des neuen Erscheinungsbildes ist es, das Glasfestival Weißwasser als zeitgemäßes, hochwertiges Kulturereignis zu positionieren, das die historische Bedeutung des Standorts mit einer offenen, aktuellen Gestaltungshaltung verbindet.

Die Gestaltung transportiert Wertigkeit und kulturellen Anspruch und macht die Geschichte des Ortes Weißwasser als Glasstandort nachvollziehbar, ohne nostalgisch zu wirken. Sie schafft eine zeitgemäße Verbindung zwischen Tradition, Handwerk und Design und richtet sich an ein breites, heutiges Publikum.

Die visuelle Kommunikation soll Klarheit und Ruhe vermitteln und zugleich Offenheit für unterschiedliche künstlerische, handwerkliche und gestalterische Positionen schaffen. Das Erscheinungsbild versteht sich nicht als dekorativer Rahmen, sondern als präziser Absender, der Orientierung gibt und Inhalte in den Mittelpunkt stellt.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

LOGO

SIGNET

09

SIGNET

Das Signet zeigt eine abstrahierte, vierseitig gespannte Form innerhalb eines quadratischen Rahmens. Ihre weichen Rundungen und die sternartige Öffnung in der Mitte erinnern an Lichtreflexionen, Schillte und Brechungen im Glas. Durch die geometrische Reduktion entsteht ein ruhiges, präzises Zeichen, das Assoziationen zu Glas zulässt, ohne es direkt abzubilden.

Die helle, kühle Farbigkeit unterstützt den Eindruck von Klarheit und Transparenz und greift die visuelle Anmutung von Glas und Licht auf.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

TYPOGRAFIE

14

A

A

Die Typografie ist ein zentrales Gestaltungselement des Erscheinungsbildes des Glasfestival Weißwasser. Sie strukturiert Inhalte, schafft Orientierung und prägt maßgeblich die visuelle Wahrnehmung des Festivals. Das typografische System basiert auf Klarheit, Zurückhaltung und bewusster Akzentuierung. Durch das Zusammenspiel einer sachlichen Hauptschrift und einer charakterstarken Akzentschrift entsteht eine ausgewogene Typografie, die Information präzise vermittelt und zugleich gestalterische Akzente setzt.

Die Typografie unterstützt die Bildwelt und tritt nicht in Konkurrenz zu ihr, sondern bildet ein ruhiges, flexibles System, das sich über alle Medien hinweg konsistent anwenden lässt.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

FARBEN

22

FARBEN

Die Farbwelt des Glasfestival Weißwasser ist bewusst reduziert und orientiert sich an der Materialität und Wirkung von Glas. Kühle Blau- und Grautöne bilden die Grundlage des Erscheinungsbildes und greifen Assoziationen von Transparenz, Licht und Ruhe auf.

Glasblau fungiert als primäre Akzentfarbe und wird für Hervorhebungen, Flächen und ausgewählte Anwendungen eingesetzt. Nebelblau und Glasgrau ergänzen die Farbpalette als zurückhaltende Sekundärfarben und unterstützen eine ruhige, klare Gestaltung. Off-White dient als helle Grundfarbe und schafft Raum für Typografie, Bildwelt und Inhalte.

Die Farben werden flächig und ohne Verläufe eingesetzt. Ziel ist ein klares, zeitgemäßes Erscheinungsbild, das die Bildwelten und Glasobjekte unterstützt, ohne ihnen visuell Konkurrenz zu machen.

#ABB2BE
GLASGRAU

#F2F2F2
OFF-WHITE

#92B4F4
GLASBLAU

#B3CEEC
NEBELBLAU

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

LOGO

10

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

LOGO

Dieses Kapitel beschreibt Aufbau, Bedeutung und Anwendung des Logos des Glasfestival Weißwasser und erläutert die gestalterischen Prinzipien, die seiner Form und Nutzung zugrunde liegen.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

LOGO

DARSTELLUNGEN

11

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

GLASFESTIVAL
WEISSWASSER

DARSTELLUNGEN

Das Logo des Glasfestival Weißwasser kann in den definierten Varianten flexibel eingesetzt werden und gewährleistet dabei eine konsistente Wiedererkennbarkeit. Die Kombination aus Signet und Schriftzug bildet die primäre Logoawendung und wird für offizielle Kommunikationsmittel verwendet. Ergänzend sind positive und negative Darstellungen zulässig, um eine gute Lesbarkeit auf unterschiedlichen Hintergründen sicherzustellen. Die Bildmarke (Signet) kann eigenständig eingesetzt werden, insbesondere bei begrenztem Platz oder etablierten Absendern. Darüber hinaus darf das Signet auch dreidimensional als Glasobjekt interpretiert werden, sofern Form und Proportionen des Zeichens unverändert bleiben.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

TYPOGRAFIE

SATOSHI

17

HEADLINE

SUBHEADLINE

Dieser Fließtext ist ein Blindtext und dient ausschließlich der Darstellung von Typografie, Textfluss und Lesbarkeit. Er besitzt keinen inhaltlichen Anspruch und soll lediglich zeigen, wie längere Textpassagen im gesetzten Layout wirken.

GlASFESTIVAL-Weisswasser

Design Manual

MERCHANDISE

GLAS PRODUKT

22

GLAS PRODUKT

Die Merchandise-Produkte des Glasfestival Weißwasser bestehen aus ausgewählten Glasobjekten, die den Werkstoff Glas in seiner Formbarkeit und Materialität thematisieren. Glas wird dabei nicht nur als funktionales Material verstanden, sondern als gestalterisches Medium, das Prozess, Handwerk und Bewegung sichtbar macht.

Die Gestaltung der Verpackungen folgt einem reduzierten, zurückhaltenden Ansatz. Großzügige Weißräume und lineare Illustrationen der Glasformen lenken den Fokus auf das Objekt selbst. Die Illustrationen lenken den Fokus auf das Objekt selbst. Die Illustrationen lenken den Fokus auf das Objekt selbst. Die Illustrationen lenken den Fokus auf das Objekt selbst.

Typografie und Farbigkeit sind bewusst sparsam eingesetzt und ordnen sich dem Material unter. So entstehen Merchandise-Produkte, die als Gebrauchsobjekte mit Ausstellungscharakter verstanden werden und den gestalterischen Anspruch des Glasfestivals auch außerhalb des Festivals weitertragen.









05/06

GRUNDSTEIN

Konzept

Branding

Grundstein entstand im Rahmen der Grundeignungsprüfung. Die Aufgabe bestand darin, innerhalb von zwei Wochen ein Spiel für 12- bis 16-Jährige zu entwickeln, das demokratische und rechtsstaatliche Prinzipien spielerisch vermittelt und komplexe politische Zusammenhänge erlebbar macht.

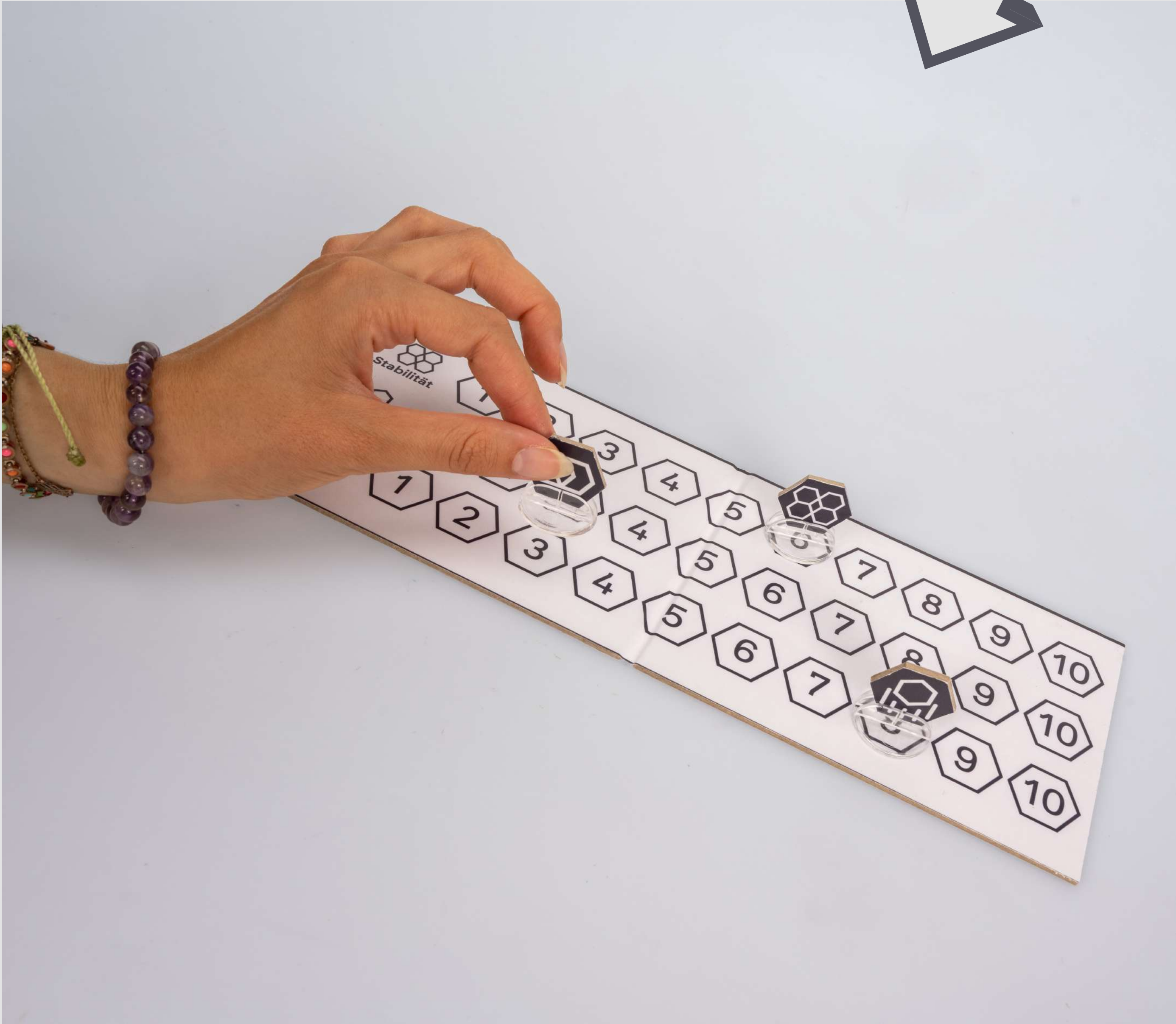
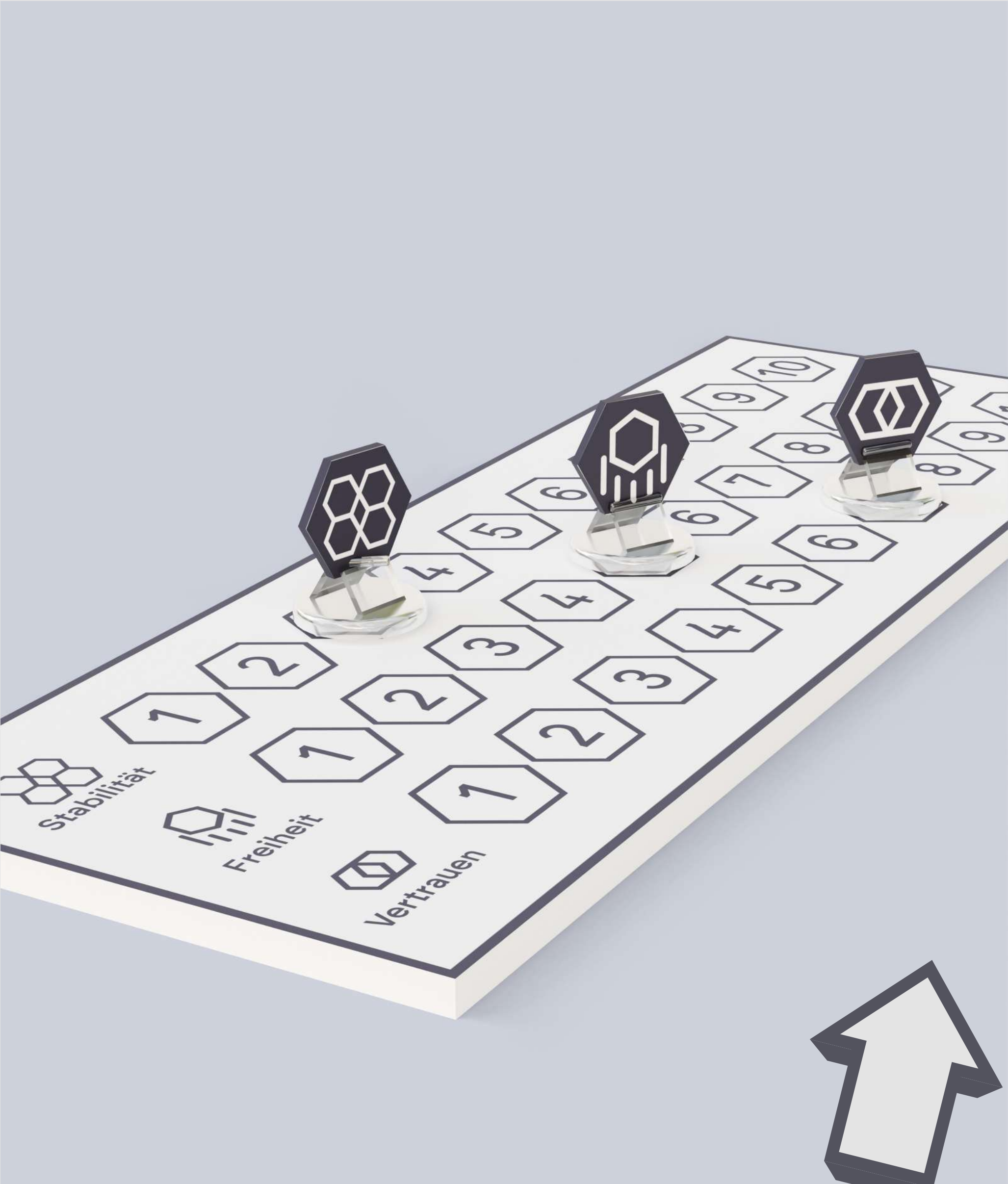
Dabei entstand Grundstein, ein semi-kooperatives Legespiel, das Demokratie als dynamisches Zusammenspiel verschiedener Institutionen und Werte erfahrbar macht.

Gemeinsam bauen die Spielenden ein Netzwerk aus Parlament, Regierung, Gerichten und Medien auf, um Krisen zu bewältigen und das Gleichgewicht zwischen Stabilität, Vertrauen und Freiheit zu erhalten. So wird deutlich, dass Demokratie kein fertiger Zustand ist, sondern kontinuierlich durch gemeinsames Handeln und verantwortungsvolle Entscheidungen gestärkt werden muss.











06/06

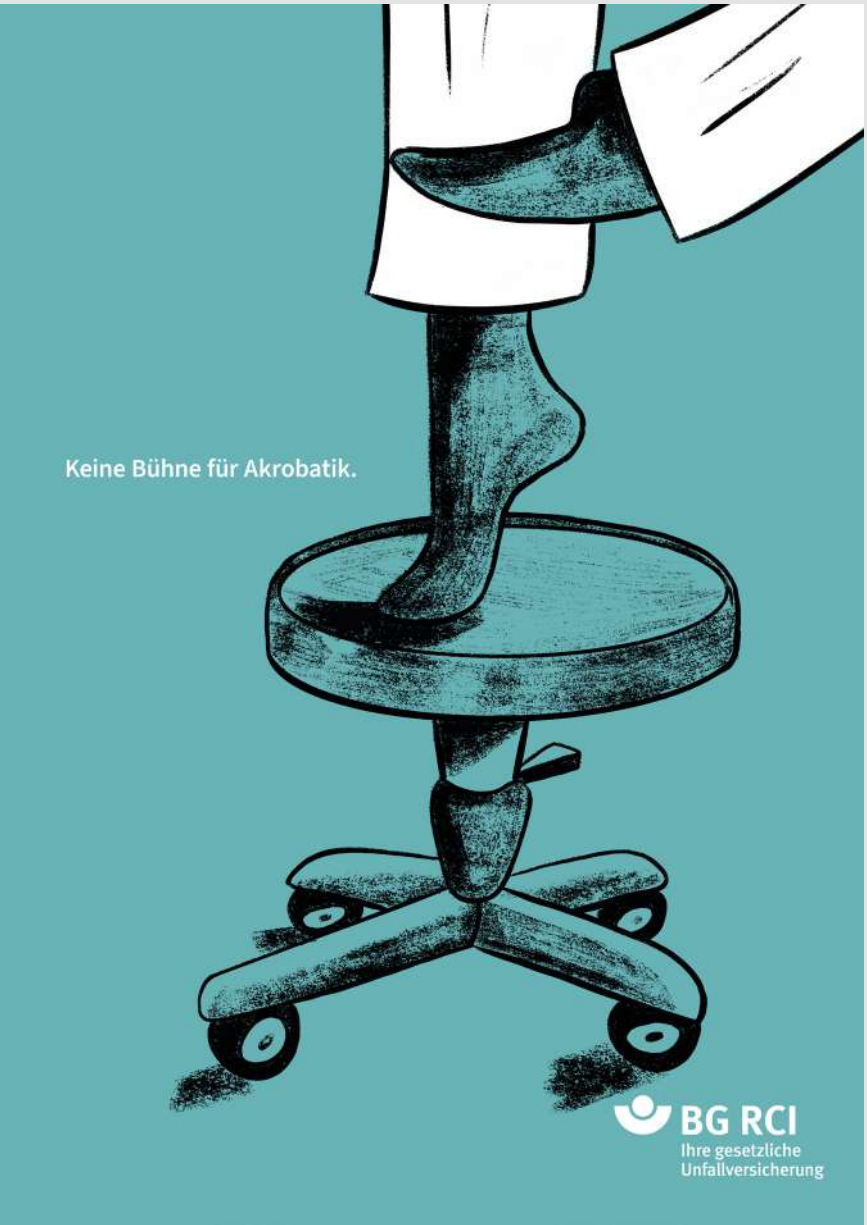
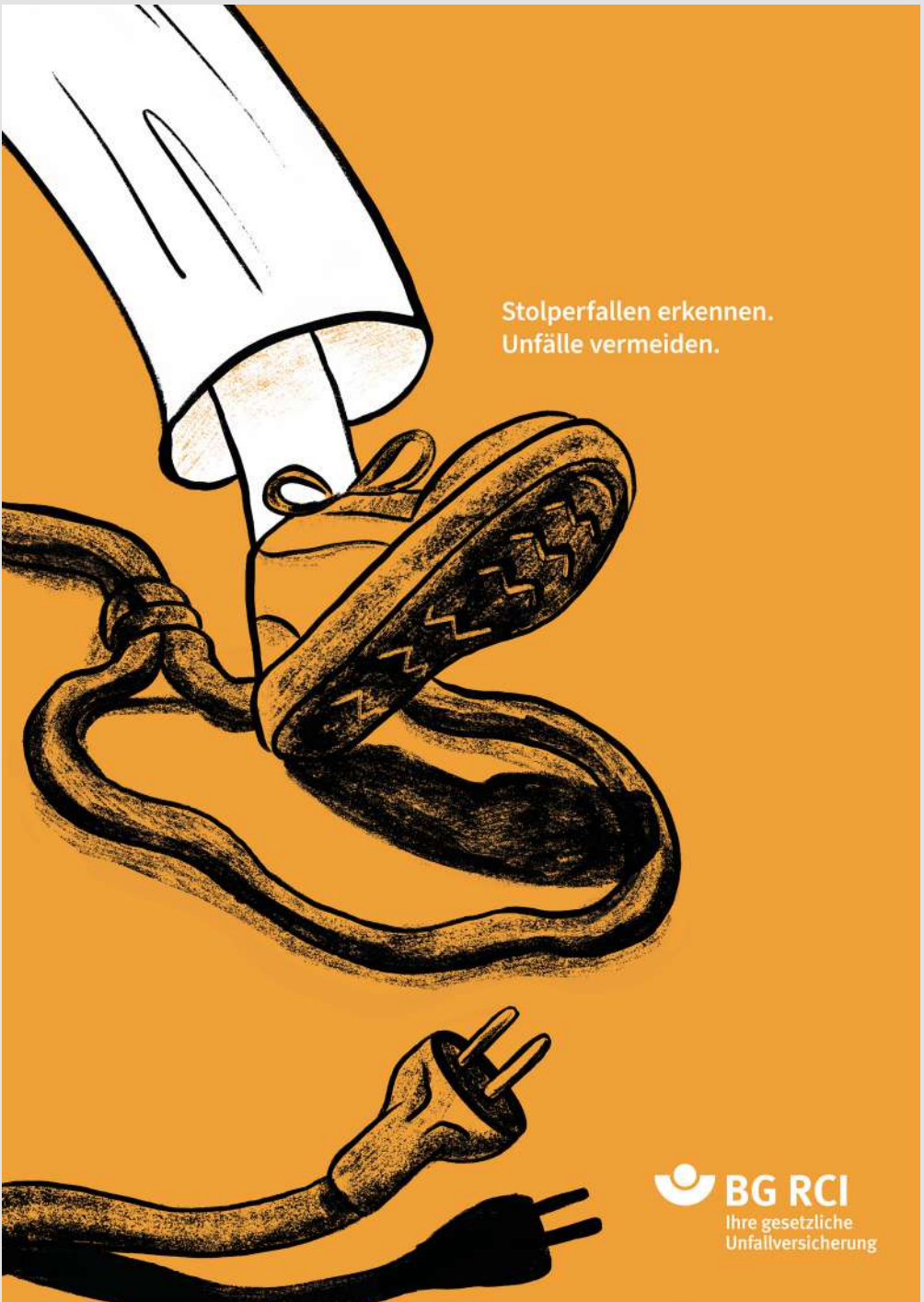
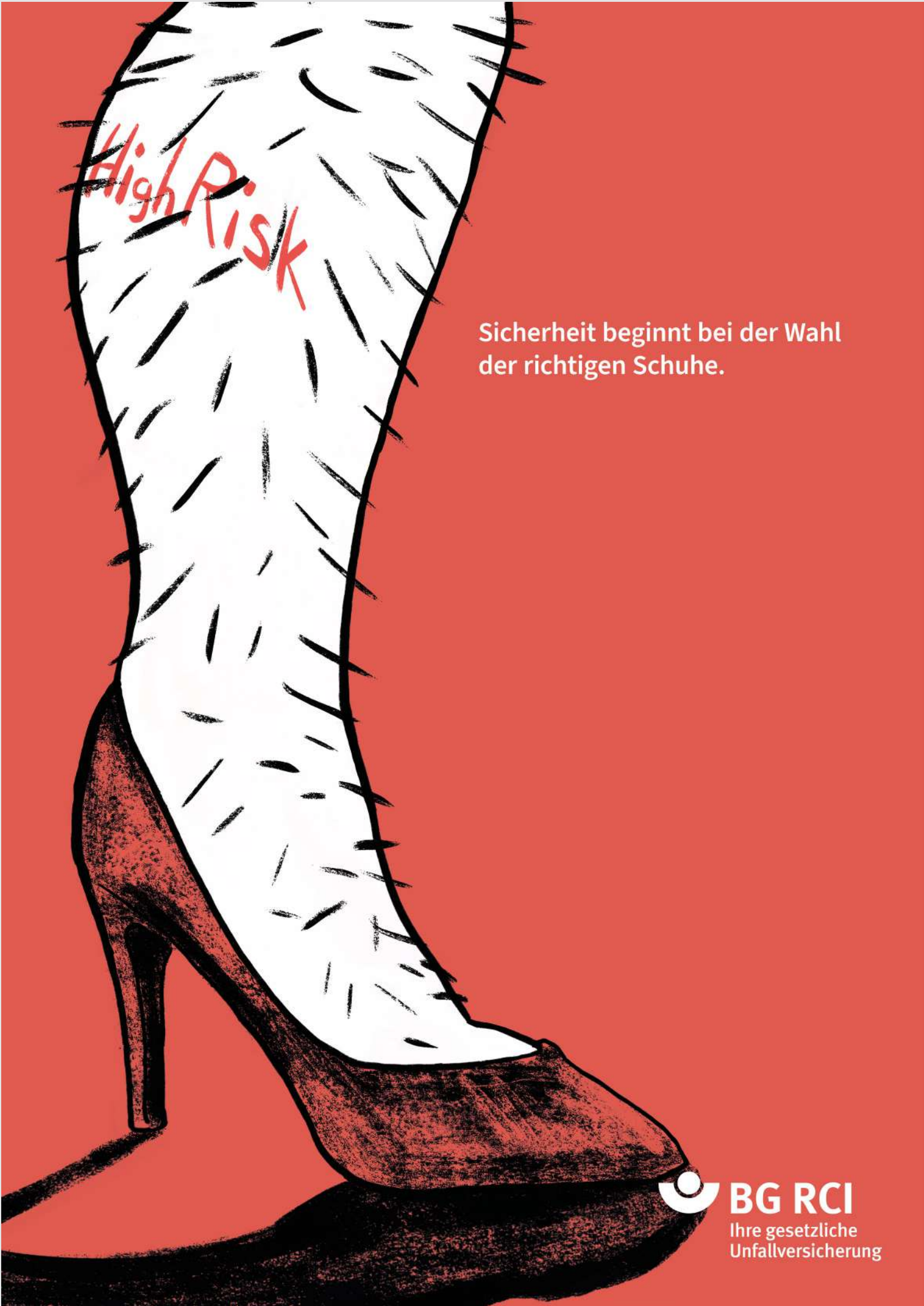
SAMMLUNG

Eine Sammlung von kleineren Arbeiten.

ARBEITSSICHERHEITSPAKATE

Im Rahmen eines Plakat-Workshops entstand eine dreiteilige Plakatserie für einen von der BG RCI ausgeschriebenen Wettbewerb zum Thema Arbeitssicherheit unter dem Motto „Stolpern, Fallen, Rutschen“

Die drei Motive greifen unterschiedliche Gefahrensituationen auf und übersetzen sie mit humorvollen Illustrationen in eine prägnante Bildsprache.



MAGAZIN BEITRAG

Dieses Editorial entstand im Rahmen eines Kurses im vierten Semester, in dem gemeinsam ein Magazin entwickelt wurde.

Mein Beitrag beschäftigt sich mit einem aktuellen Internetphänomen rund um Red Pill, Blue Pill und Black Pill und beleuchtet die dahinterstehenden Weltbilder und Begriffe kritisch. Ziel war es, die verschiedenen Strömungen verständlich einzuordnen und ihre Bedeutung innerhalb der heutigen Internetkultur aufzuzeigen.



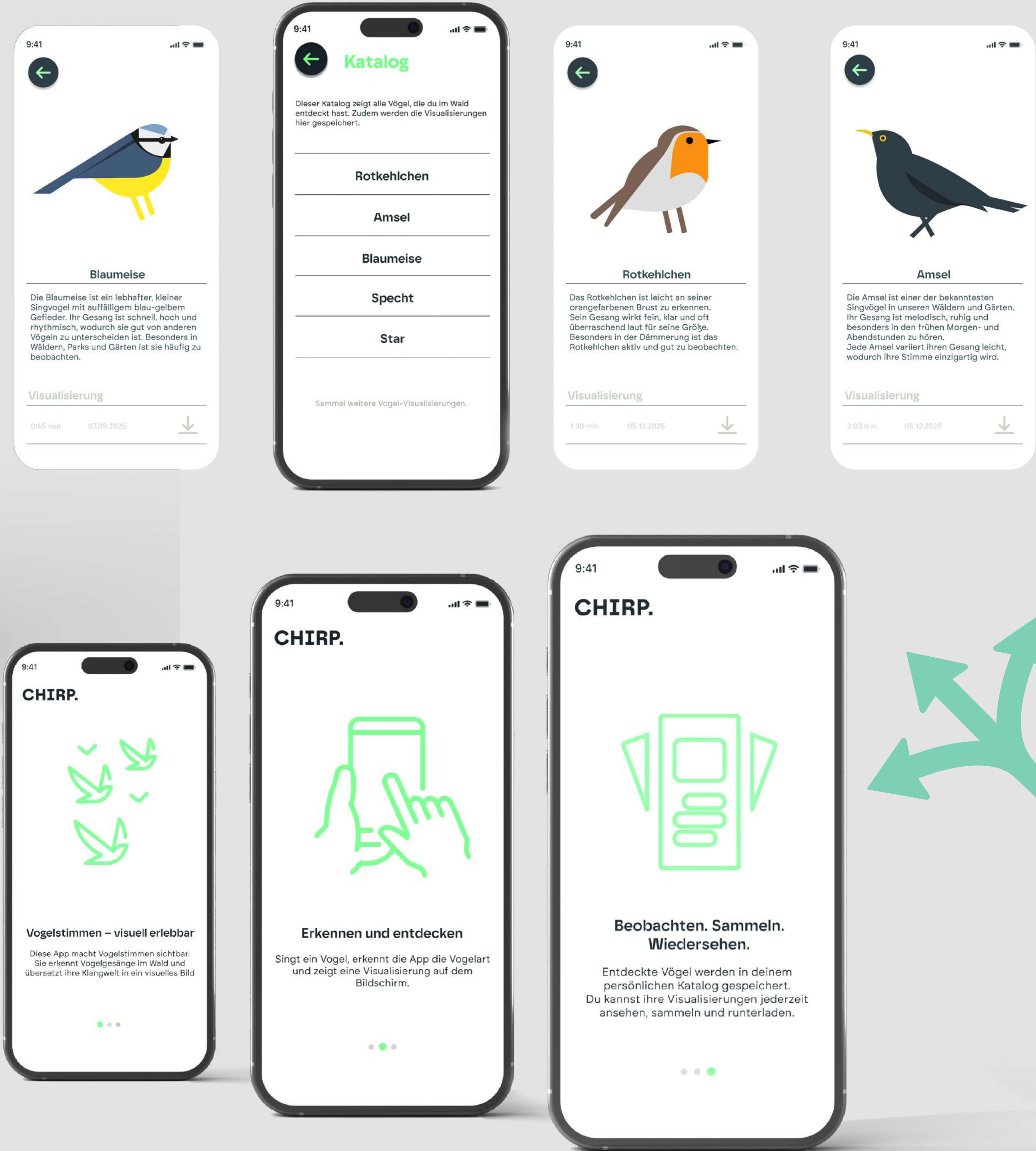
SAMMLUNG





CHIRP

Die App macht Vogelgesänge und -rufe des Waldes für gehörlose und hörgeschädigte Menschen visuell erfahrbar. Dafür werden die Klänge verschiedener Vogelarten in bewegte visuelle Formen übersetzt. So entsteht ein neuer Zugang zur akustischen Welt des Waldes, der es ermöglicht, die biologische Vielfalt aus einer anderen Perspektive wahrzunehmen.





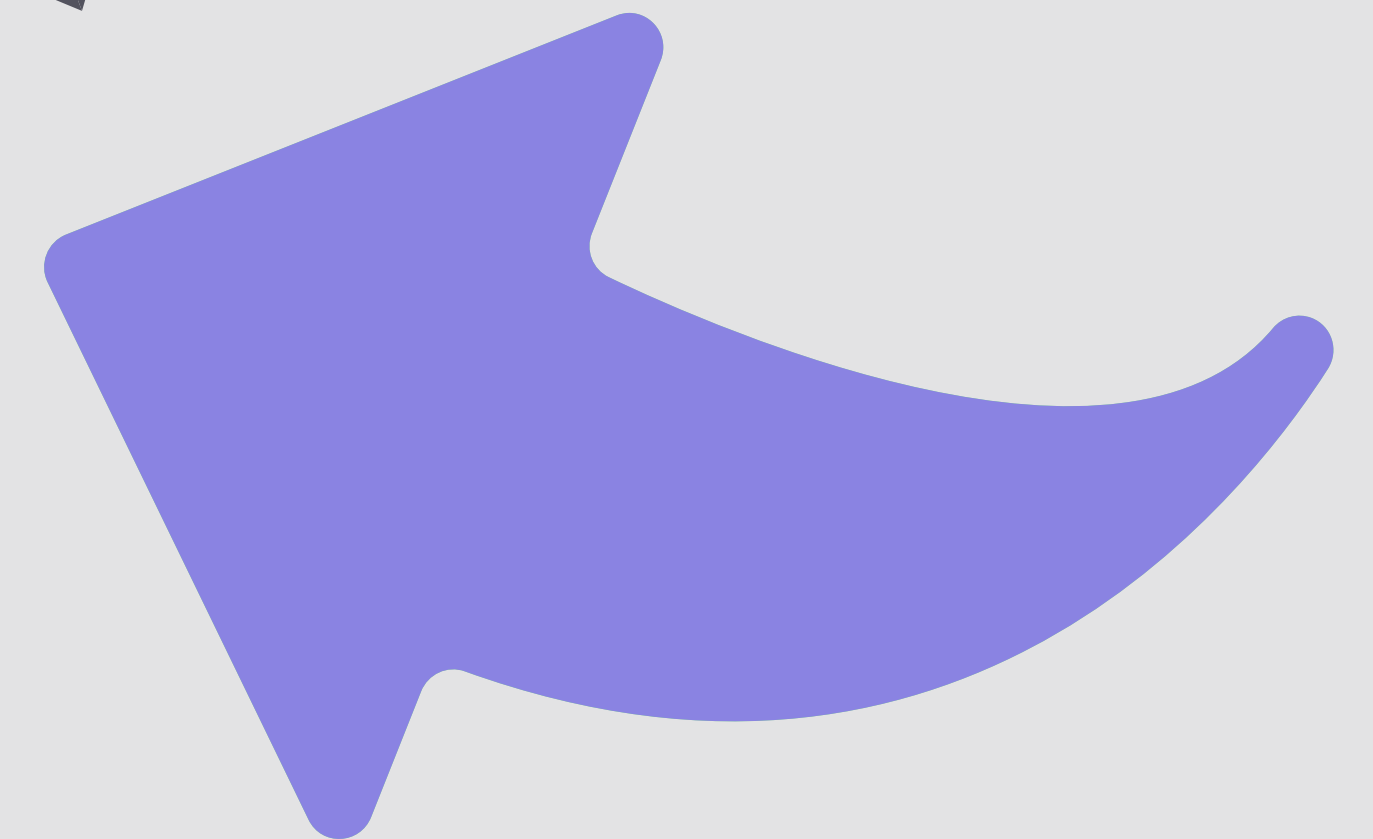
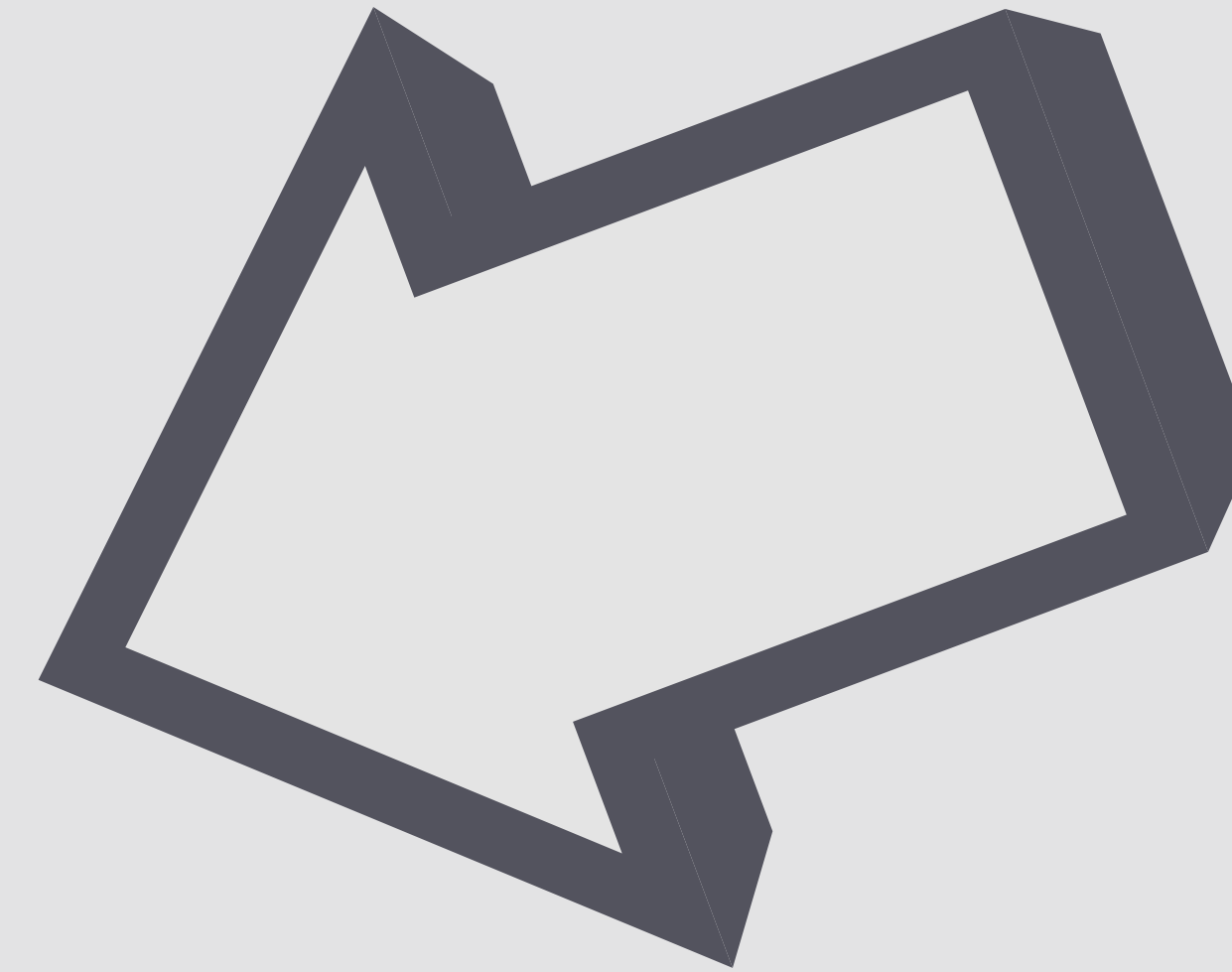
SIEBDRUCK-PLAKAT



JUBILÄUMSPOSTKARTE

Anlässlich des 120-jährigen Jubiläums der HTWG Konstanz entstand eine Postkarte als Auftragsarbeit für die Hochschule. Die Illustration greift dabei das Corporate Design sowie die ikonischen orangefarbenen Figuren der Hochschule auf und interpretiert diese im Kontext des Jubiläums neu.





Dankeschön fürs an anschauen!

Videos und Animationen finden Sie auf meiner
Portfolio-Website.

