

Max Weinland

Freier Art Director mit Schwerpunkt auf Editorial, Corporate und Type Design

Eigenes Büro in Lüneburg

Arbeitet in Lüneburg, Hamburg, Hannover, Berlin oder woanders

Langjährige Erfahrung in der Art Direction – von Konzeption über Shootingbegleitung, Layout, Postproduktionssteuerung und -durchführung bis zur Reinzeichnung und Druckabnahme.

Langjährige Erfahrung in der Arbeit mit Redaktionen und Autor*innen.

Erfahrungen im Typedesign – Design von Custom-Fonts für BLUME2000, Veganz, DKB Handball Bundesliga, Wildplastic, Der Feinschmecker, Hamburger Hochbahn uvm.

Lettering-Erfahrungen – Entwurf von Icons, Logos und Wortmarken von der Handzeichnung über Vektorisierung bis zur Reinzeichnung.

Auftraggeber:innen/Kollaborateur:innen:

Benji Knewman Magazine
 BLUME2000 Studio Oeding
 BMW Magazin ringzwei
 Bündnis 90/Die Grünen Karl Anders
 Brillux ringzwei
 Der Feinschmecker
 Die Brueder
 DKB Handball Bundesliga Nordpol+
 DLMK Studio
 Ehinger Krafrad Studio Oeding
 FC St. Pauli Nordpol+
 Febrü Studio Oeding
 Der Feinschmecker
 Flebbe Filmtheater Studio Oeding
 FLUR11
 Galerie der HBK Braunschweig
 Ganske Verlagsgruppe ringzwei
 Gewandhausorchester zu Leipzig Karl Anders
 Gudberg Nerger
 GWA ringzwei
 Halle für Kunst Lüneburg
 Hamburg HOCH11 Karl Anders
 Hamburger Hochbahn Karl Anders
 Hamburg Kreativ Gesellschaft Hansen/2
 Hansestadt Buxtehude Karl Anders
 Hansestadt Lübeck
 Hansestadt Lüneburg
 Hansestadt Uelzen
 HBK Braunschweig
 Hochtief ringzwei
 Hoffmann & Campe ringzwei

INDIECON
 Jahreszeiten Verlag
 Kunstgenerator Viersen
 Kunstverein Lüneburg
 Leuphana Universität Lüneburg
 CGSC Center for Global Sustainability
 and Cultural Transformation
 Institut für Soziologie und Kulturelle Organisation
 Lufthansa Technik Studio Oeding, Nordpol+
 Luiz Studio Oeding
 Makulatur Buchhandlung
 Mercedes Benz Studio Oeding
 Mercedes Benz Trucks ringzwei
 MC1R Magazine
 nextMedia.Hamburg Hansen/2
 Niedersächsisches Ministerium für
 Wissenschaft und Kultur
 Niki Residency
 OKE Karl Anders
 OTTO Group ringzwei
 SEEK Exhibitions Karl Anders
 Škoda Leagas Delaney
 SNAP Architekten und Stadtplaner
 Steffen Henssler Nordpol+
 Tchibo Group Studio Oeding
 Tomczak Bauträger
 Transcript Verlag
 VISCVLE Kitchen & Bar
 Viva Con Agua Nordpol+
 Stadt Wolfsburg Karl Anders

Agenturen:

GWW
 Hansen/2
 Karl Anders
 Leagas Delaney
 Make Studio
 Nordpol+
 Resulted
 ringzwei
 Studio Oeding

Auszeichnungen:

2015	Lead Award, Bronze
2015	Poster Competition »What Do You Do?«, Graphic Design Festival Breda, Holland
2016	Shortlist, International Poster Competition Graphic Design Festival Scotland
2017	Shortlist, International Poster Competition Graphic Design Festival Scotland
2017	Auszeichnungen, ADC, TDC NY mit Studio Oeding
2017	Silber, Mercury Excellence Award mit ringzwei
2018	Bronze, ADC mit ringzwei

Hamburg Media School Art Direction, Layout, Druckmanagement seit 2019 mit Timo Durst



Shitstorms und Krisenkommunikation

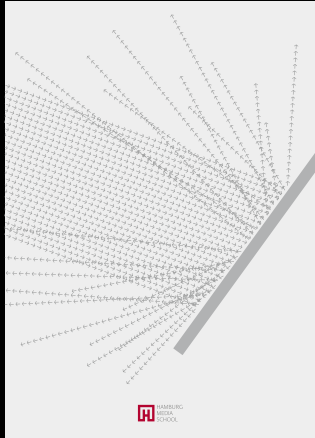
Kritikwellen und Shitstorms in sozialen
Netzwerken schneller befrieden

In den vergangenen Jahren haben in die Zahl der kommunikativen Krisenfälle, mit denen Unternehmen und Politik jährlich konfrontiert werden, gestiegen. Wozan liegt das eigentlich?
Hat sich durch die Digitalisierung die Kommunikation von Unternehmen so stark verändert und sind diese nicht gut genug darauf vorbereitet? Unternehmen können beim Krisenmanagement viele Dinge falsch machen. Im falschen Moment schreien, im falschen Medium sprechen, Social Media unterschätzen.

Was sind also die besten Strategien aktiv Reputation im Internet aufzubauen?
Wie reagiert ein Unternehmen am besten, wenn Nutzer kritisch über die Firma auf den verschiedenen Kanälen sprechen? Wie kann Kommunikationsmanagement in die Krise greifen und was sind die Strategien aus der wieder herzustellen? Wie funktionieren eigentlich Shitstorms und wie schafft man es, sie möglichst frühzeitig zu erkennen und einzudämmen? All diesen Fragen und deren Beantwortung widmet sich das Seminar Shitstorms und Krisenkommunikation. Absolute Experten und Praktiker geben die Weisheit weiter und zeigen anhand von Beispielen und Übungen wie Lösungen aussehen.

- Themen:**
- Input: Best Practice in der Social Media Krisenkommunikation
 - Wirkfaktoren: Geschwundene Strukturen und wie die besten. Wie Unternehmen sich aufbauen können, um im Fall der Fälle handlungsfähig zu sein.
 - Tools und Services
 - Social Media Schulung
 - 2-Faktor-Authentifizierung und Co.
 - Krisenkommunikationsmanagement
 - Zusammenarbeit mit Journalisten
- Termin:**
02. & 03. Juli 2020
- Preis:**
Business 990 € zzgl. MwSt.
Privat 890 € zzgl. MwSt.
Student 790 € zzgl. MwSt.

Anmeldung und Infos unter:
www.hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com



Shitstorms und Krisenkommunikation

Kritikwellen und Shitstorms in sozialen
Netzwerken schneller befrieden

In den vergangenen Jahren haben in die Zahl der kommunikativen Krisenfälle, mit denen Unternehmen und Politik jährlich konfrontiert werden, gestiegen. Wozan liegt das eigentlich?
Hat sich durch die Digitalisierung die Kommunikation von Unternehmen so stark verändert und sind diese nicht gut genug darauf vorbereitet? Unternehmen können beim Krisenmanagement viele Dinge falsch machen. Im falschen Moment schreien, im falschen Medium sprechen, Social Media unterschätzen.

Was sind also die besten Strategien aktiv Reputation im Internet aufzubauen?
Wie reagiert ein Unternehmen am besten, wenn Nutzer kritisch über die Firma auf den verschiedenen Kanälen sprechen? Wie kann Kommunikationsmanagement in die Krise greifen und was sind die Strategien aus der wieder herzustellen? Wie funktionieren eigentlich Shitstorms und wie schafft man es, sie möglichst frühzeitig zu erkennen und einzudämmen? All diesen Fragen und deren Beantwortung widmet sich das Seminar Shitstorms und Krisenkommunikation. Absolute Experten und Praktiker geben die Weisheit weiter und zeigen anhand von Beispielen und Übungen wie Lösungen aussehen.

- Themen:**
- Input: Best Practice in der Social Media Krisenkommunikation
 - Wirkfaktoren: Geschwundene Strukturen und wie die besten. Wie Unternehmen sich aufbauen können, um im Fall der Fälle handlungsfähig zu sein.
 - Tools und Services
 - Social Media Schulung
 - 2-Faktor-Authentifizierung und Co.
 - Krisenkommunikationsmanagement
 - Zusammenarbeit mit Journalisten
- Termin:**
24. & 25. Oktober 2019
- Preis:**
€ 990 zzgl. MwSt. p.P.
€ 890 zzgl. MwSt. p.P. für Mitarbeiter von Unternehmen die Förderstatus der DMS. Die Unternehmen sind weniger als 10 Mitarbeiter (z.B. Start-Up)

€ 790 zzgl. MwSt. p.P. für Studenten und Absolventen (Beurteilungsfähig) bitte vorher anfragen!

Anmeldung unter:
www.hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com
041 - 411 600 - 24



New Work – New Choices

Wiedereinstieg und Neuorientierung nach der Elternzeit

Für top angelegte Mitarbeiter_innen ist es mittlerweile eine Selbstverständlichkeit, den Zeitpunkt der Familienplanung zu planen – die Brücke von der Eltern- oder Familienzeit zum nächsten beruflichen Wendepunkt. Doch wie berufliche Wiedereinstieg gestaltet sich nach einer längeren oder langjährigen Familienzeit mit engeren Strukturen und Hierarchien?

Soll ich in meinem Beruf verbleiben oder eine andere Branche für den Wiedereinstieg wählen? Welche Fähigkeiten habe ich in der Familienzeit erworben und wie kann ich diese in meinem nächsten Karriereschritt? Welche Veränderungen haben sich in der Arbeitswelt seit meinem Weggang ergeben?

Diese Fragen und anderen Aspekte der beruflichen Orientierung widmet sich das Seminar von der Hamburg Media School und der BRITTE Academy vornehmlich Seminar. Es bietet dem Teilnehmer_innen mit verschiedenen Strategien und Tools um die Praxis eine Hilfestellung sich an zeitgenössischen Berufswelten zu orientieren und die nächsten Schritte zu planen. Hierbei wird der Fokus auf die Themen New Work, digital, Arbeitszeiten, Karriereentwicklung und Verhandlungsfähigkeit gesetzt. Am Schluss sind Perspektiven für den Wiedereinstieg zu diskutieren.

- Themen:**
- New Work, was ist es und Themen des zeitgenössischen Arbeits-
 - Der Digital Change im Business und Arbeitswelt
 - Selbstvermarktung mit Tools der Onlinevermarktung
 - Mitarbeitermanagement: Analyse der eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten
 - Strategien und Methoden der Selbstvermarktung
 - Grundlagen und Strategien der Verhandlungsfähigkeit
 - Arbeitsrecht und Elternzeit
- Termin:**
14./15. November 2019
- Preis:**
€ 599 zzgl. MwSt. p.P.
€ 499 zzgl. MwSt. p.P. für Mitarbeiter von Unternehmen die Förderstatus der DMS. Die Unternehmen sind weniger als 10 Mitarbeiter (z.B. Start-Up)

€ 399 zzgl. MwSt. p.P. für Studenten und Absolventen (Beurteilungsfähig) bitte vorher anfragen!

Anmeldung unter:
www.hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com
041 - 411 600 - 24

DIGITAL ZWANG

Strategien und Tools – Wie Sie Ihr Unternehmen zukunftsfähig aufstellen. Ein Kompaktseminar von 3 – 6 Tagen.

HAMBURG MEDIA SCHOOL

www.hamburgmediaschool.com

It's a perfect day to have a perfect day

HAMBURG MEDIA SCHOOL

Das 3-tägige Seminar für Selbstorganisation und Zeitmanagement
11.00 - 14.30 Uhr

Weiterbildung an der Hamburg Media School

HAMBURG MEDIA SCHOOL

www.hamburgmediaschool.com Tel. 041-411 600-24

Be strong.

HAMBURG MEDIA SCHOOL

Das 3-tägige Seminar für Selbstorganisation und Zeitmanagement
11.00 - 14.30 Uhr

Weiterbildung an der Hamburg Media School

HAMBURG MEDIA SCHOOL

www.hamburgmediaschool.com Tel. 041-411 600-24

Stop wishing Start doing

HAMBURG MEDIA SCHOOL

Das 3-tägige Seminar für Selbstorganisation und Zeitmanagement
11.00 - 14.30 Uhr

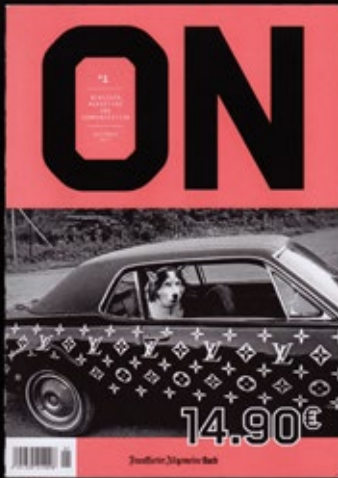
Weiterbildung an der Hamburg Media School

HAMBURG MEDIA SCHOOL

www.hamburgmediaschool.com Tel. 041-411 600-24



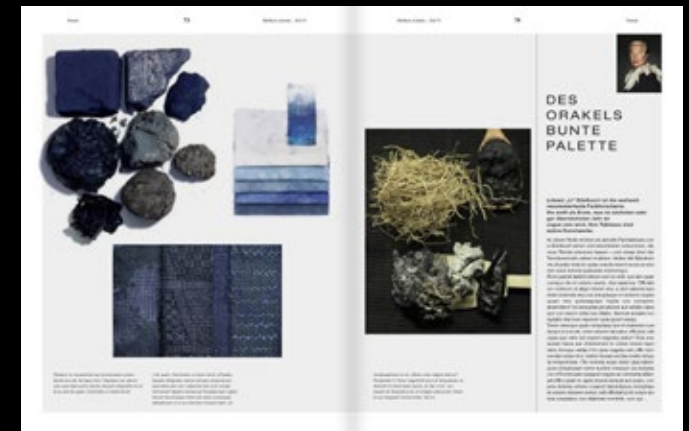
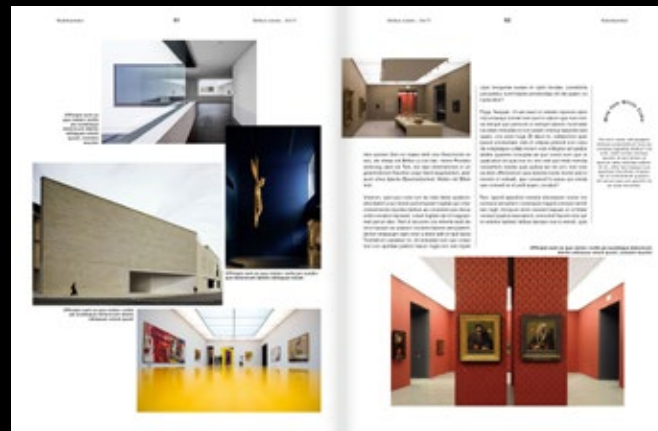
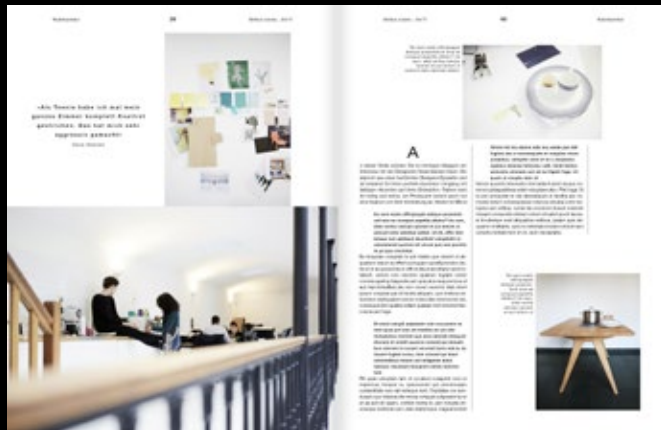
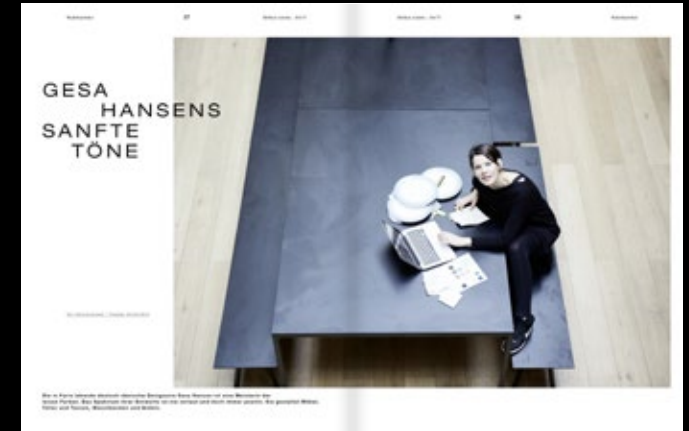
ON – Das Magazin des GWA Layout mit ringzwei



transcript-Verlag – Andrea Amri-Henkel Umschlaggestaltung



Brillux – Colore Magazin Art Direction Pitchentwurf mit ringzwei



RTL Group – Geschäftsbericht Art Direction mit ringzwei

ANNUAL REPORT 2017

“OUR TOTAL VIDEO STRATEGY MEANS MAXIMISING CONSUMERS’ ATTENTION TO ALL OF OUR VIDEO CONTENT ACROSS ALL PLATFORMS AND DEVICES.”

KEY FIGURES

SHARE PRICE PERFORMANCE

RTL Group share price development from January to December 2017 compared to the DAX (Frankfurt Stock Exchange DAX) and other major European media companies (Mediahuis, Sky, Viacom, Discovery, News Corp, Warner Bros Entertainment).

10.4% DAX
13.0% RTL
47.5% MEDIAHUIS
20.1% SKY
9.0% VIACOM
4.0% DISCOVERY
2.1% NEWS CORP

RTL GROUP REVENUE SPLIT

In 2017, TV advertising remained as the main source of RTL Group's total revenue, making up 56% of the total. Other significant revenue sources include advertising on our digital platforms (13%), advertising on our mobile devices (10%), and advertising on our print and outdoor media (11%).

“WE ARE IN A STRONG POSITION TO WRITE THE NEXT CHAPTER IN OUR GROUP'S SUCCESS STORY ACROSS BROADCAST, CONTENT AND DIGITAL.”

“BACK TO THE ROOTS”

“OUR TOTAL VIDEO STRATEGY MEANS MAXIMISING CONSUMERS’ ATTENTION TO ALL OF OUR VIDEO CONTENT ACROSS ALL PLATFORMS AND DEVICES.”

“IT'S GREAT IF YOU HAVE AN IDEA – WITHIN A FEW MONTHS, IT CAN BECOME A TANGIBLE PRODUCT.”

“RTL IS THE FORT KNOX OF VIDEO CONTENT.”

“OUR PEOPLE ARE OUR STRENGTH.”

“COMMUNITIES AND CHARITIES.”

“OUR PEOPLE ARE OUR STRENGTH.”

“COMMUNITIES AND CHARITIES.”

“IT'S GREAT IF YOU HAVE AN IDEA – WITHIN A FEW MONTHS, IT CAN BECOME A TANGIBLE PRODUCT.”

“RTL IS THE FORT KNOX OF VIDEO CONTENT.”

“OUR TOTAL VIDEO STRATEGY MEANS MAXIMISING CONSUMERS’ ATTENTION TO ALL OF OUR VIDEO CONTENT ACROSS ALL PLATFORMS AND DEVICES.”

OUR BUSINESS MODEL

BROADCAST TV and radio
CONTENT production, distribution and marketing
DIGITAL video, news and entertainment

THE VALUE CHAIN “TOTAL VIDEO” MARKET

Content production
Aggregation

THE ROLE OF THE GROUP

Marketing
Advertising
Advertising and content
Creating

Distribution
Monetization

“IT'S GREAT IF YOU HAVE AN IDEA – WITHIN A FEW MONTHS, IT CAN BECOME A TANGIBLE PRODUCT.”

“RTL IS THE FORT KNOX OF VIDEO CONTENT.”

“OUR PEOPLE ARE OUR STRENGTH.”

“COMMUNITIES AND CHARITIES.”

ADVERTISERS

OUR PEOPLE

COMMUNITIES AND CHARITIES

HOCHTIEF – CONCEPTS Layout mit ringzwei



Absolvent*innenausstellung der UdK Berlin Plakat-Mailing, Einladungskarten und Ausstellungsgrafik, Druckmanagement mit Timo Durst



it's only the end

Als Ende als einen unwiderruflich abgeschlossenen Zustand zu be- greifen, ist eine abstrakte Vorstellung, da Zeit kontinuierlich weiter- läuft. Vielleicht ist das Ende ein Innehalten, ein Abschiednehmen oder das Verlassen von bekanntem Terrain – einen Abschluss zu finden, bedeutet keineswegs in eine Situation des Stillstands zu geraten. Wenn sich der Blick dabei melancholisch auf das Vorherige richtet und das Kommende bereits erwartet wird, formt sich ein Moment des Umbruchs. Diese Phase mag von Ungewissheit geprägt sein, birgt aber gleichermaßen Euphorie, Neugierde und ein ungeahntes Potenzial.

35 Künstlerinnen, die zwischen Sommer 2020 und Frühjahr 2021 ihr Studium beendet haben, verlassen nun die Universität der Künste und präsentieren ihre Arbeiten eine Woche lang im Kühlhaus Berlin. 35 in- dividuelle Stimmen zeigen auf vier Etagen nicht nur, was sie jeweils beschäftigt, sondern auch, wozu sie gemeinsam imstande sind. Denn das Ausstellungsprojekt beruht in erster Linie auf der Initiative der Absolventinnen und wird dabei getragen von Solidarität und dem un- bedingten Willen, Sichtbarkeit für die eigenen Werke zu schaffen. Dies erweist sich als eine bittere Notwendigkeit, wenn universitäre Türen für die Öffentlichkeit geschlossen bleiben müssen und die gewohnte Abschlusspräsentation in der Kunsthochschule vor vertrauter Kulisse ausbleibt. Die Künstlerinnen, die hier zusammenfinden, vereint folglich nicht nur der Übergang in eine unbekannte Zukunft, sondern zugleich eine Phase, in der sich Engagement und Mut – allen Erschwernissen der vergangenen Monate trotzend – als unabdingbar abzeichnen.

In einer Zeit des rücksichtsvollen Verzichts, der gesellschaftlichen Färsorge und Distanz gilt es, eine Vielzahl an Hürden zu überwinden und für den Wert der Kunst einzustehen. Ob für unabhängige Projekte im Stadtraum sind schon lange spärlich gesät und ein freies, nicht kommer- zielles Agieren wird zunehmend zur Herausforderung. Das Aufzwingen für alle, die etwas wagen, ist gebührend, sodass sich ein ungebrochener Zusammenhalt als Stärke und treibende Kraft offenbart.

it's only the end ist ein Sinnbild dafür, dass es stets weitergeht. Die Kunstwerke der Ausstellung befassen sich mit dem, was ist und mit dem, was kommen mag. Wenn etwa gehört die Stadt, was der Weltraum? Wer bestimmt über meinen Körper? Wie verorte ich die eigene Identität? Und was geschieht um mich herum? Aus drängenden Themen und unbe- wussten Alltagserfahrungen schöpfen sich wertvolle Potentiale für kün- stlerische Positionen, die das Gespür für unsere geteilte Gegenwart schärfen. Gesellschaftlichen oder kulturellen Phänomenen wird nachgegangen, Zukunftsszenarien werden imaginiert und das Heute auf die Probe gestellt.

Diese künstlerische Vielseitigkeit durchdringt die Architektur der ehema- ligen Lagerhalle. Umgeben von Säulen und Mauern, Stahl und Backstein treffen die Werke in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen auf- einander – Malerei auf Film, Skulptur auf Zeichnung oder Installation. Es sind subtile Bezüge und Brüche zwischen den Themen, der Materialität und den Medien, die einen offenen Parcours gestalten, der Freiraum lässt für das eigene Denken und empfänglich ist für Reibung und Widerspruch.

Und doch bleibt das Ende als Motiv stets in greifbarer Nähe. Für einen fruchtigen Moment wandelt sich der lang herbeigesehnte Abschluss des Studiums in einen Zustand, der konkret und fassbar scheint. Die vorangegangene Zeit hat die künstlerischen Identitäten und Perspektiven der Absolventinnen maßgeblich geprägt – ohne einen Anspruch auf Endgültigkeit zu erheben. Die Ausstellung führt somit vor Augen, dass dem Ende eine Kontinuität innewohnt. Das Ende ist in permanenter Bewegung, war immer anwesend und wird im Laufe der weiteren Wege durchklungen.

Klara Hütkamp und Philipp Lange

Absolventinnen der UdK Berlin Graduates of UdK Berlin

- AFANF YOUNES
- AMELA KARAT KICHERER
- ANNA MESZAROS
- ANNKATHRIN KLÜSS
- ANDRIK AYLA ANDO
- BRUNO SIEGRIST
- CARINA ERDMANN
- ANNA KINDERMANN
- CHARLOTTE HORCHER
- CHRISTINA HUBER
- DAVID AMBERG
- DONNA FELI
- LEILA IDDA RAABE
- ELKE BIRKERT
- ENZO EGGERECHT
- ERFAN ARBATALEBI
- FELIX BECKER
- GREGOR ESSA SAUER
- GÜLSIIZ TRALIZ
- INIA STEINRACH
- JAT LEE
- JENNIFER WOLKE
- JOHANNA KÄTHE MICHEL
- JORAM SCHON
- LISA BRAUN
- LISA HOFMANN
- MHI JH
- NAOMI KLEIN
- PALLA KRÄUSE
- STEVEN HELEN
- MIT F W I T H
- MARIA JOYOWENIG
- TANIA ELSTERMEYER
- THEYERY HARPES
- VALERIE SUNE
- YANNICK RIEMER
- YOU CU

In this time of considerable abstinence, societal care, and social distance, there are multitude of hurdles to overcome in order to take such a stand for the value of art. Space for independent projects in the urban realm has long been scarce, independent, noncommercial activity is becoming ever more challenging. And as the safety net for all those who are willing to take risks has become more porous, unbroken solidarity among the people has emerged as a great strength and driving force.

it's only the end stands as an emblem for the notion that time keeps going. The artworks in the exhibition address both that which is and that which may come. To whom does the city belong? And outer space? Who controls my body? How do I situate my own identity? What is happening all around me? Out of these pressing issues and unknown experiences of daily life, valuable potential for artistic positions that sharpen our understanding of the divided present is drawn. Societal and cultural phenomena are pursued, futuristic scenarios imagined, and the here and now are put to the test.

The diverse voices presented in the exhibition permeate the architecture of this former storage hall. Surrounded by columns and walls, steel and brick, the works engage with one another on a material level – painting with film, sculpture with drawing and installation. These intersections – subtle connections and fine fractures between subject matter, materiality, and media – form an open parlous through the space that both allows for one's own thoughts and is receptive to friction and contradiction.

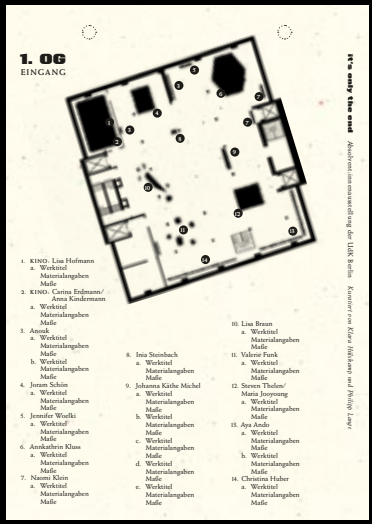
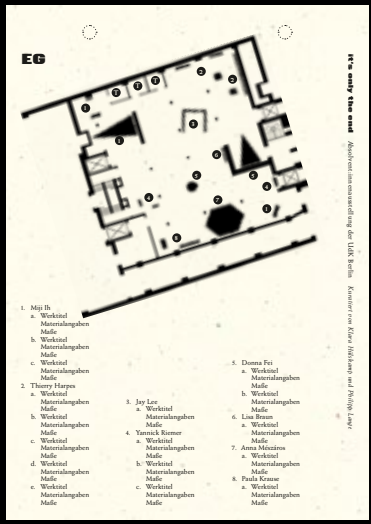
Yet the end as a guiding motif remains tangible throughout the exhibition. For one fleeting moment, this long imagined moment of graduation becomes concrete and palpable. The time the students have spent at the university has influenced their artistic perspectives and identities to an immense degree, but it will not definitively define them. This exhibition thus shows that the end resides within a continuity. The end is in constant motion, it was always there, and it will always pop up again.

Klara Hütkamp and Philipp Lange

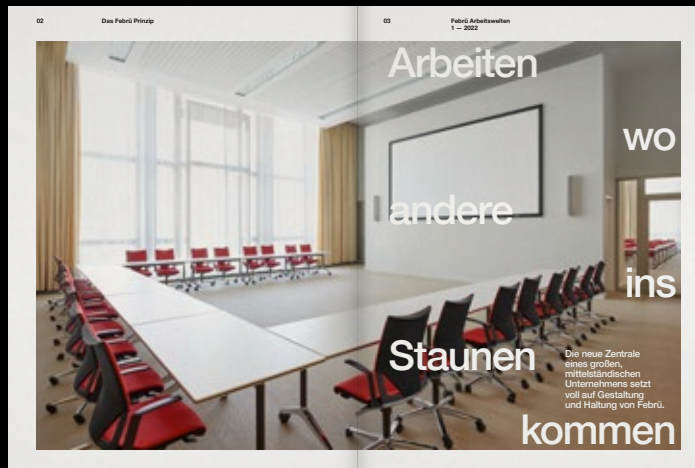
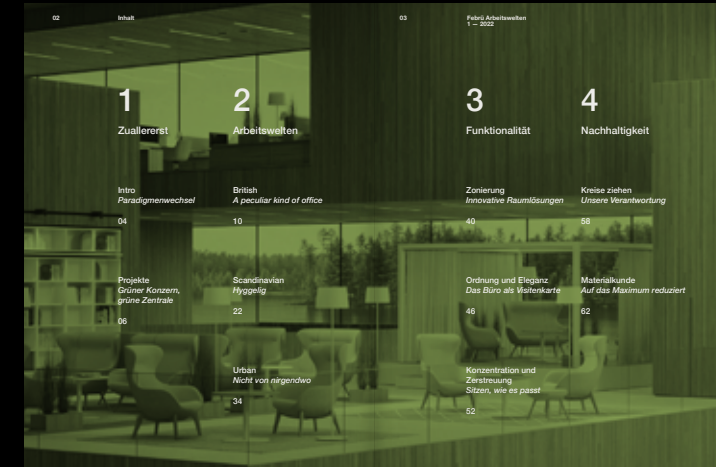
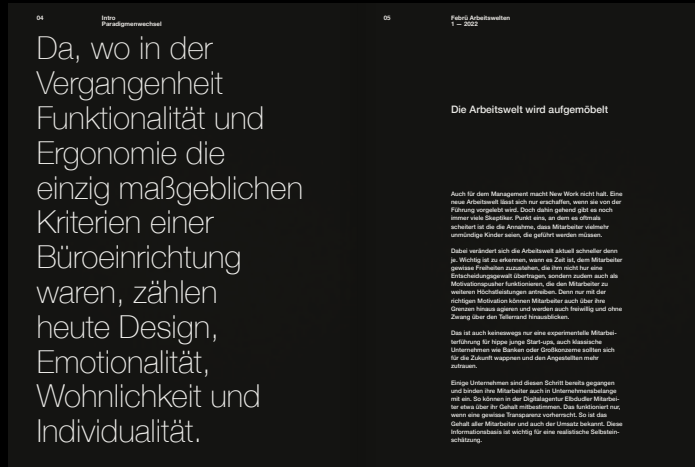


it's only the end

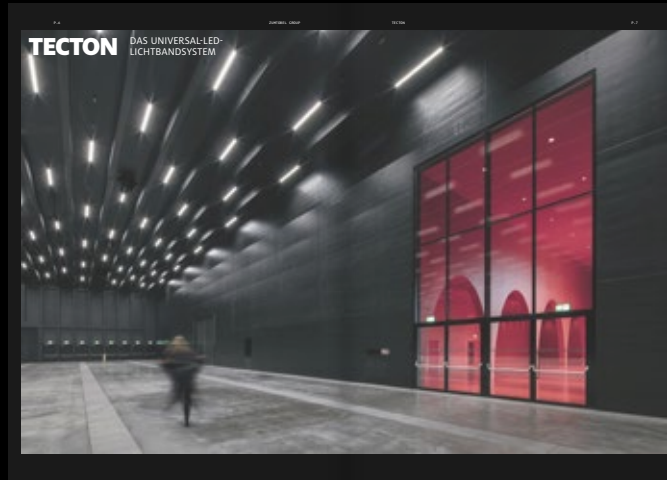
Absolventinnenausstellung der UdK Berlin 10.05. – 12.24.2021
Kühlhaus Berlin By appointment only: visit(at)isononlytheend.com



FEBRÜ – Katalogdesign & Rebranding Art Direction Pitchentwurf mit Studio Oeding



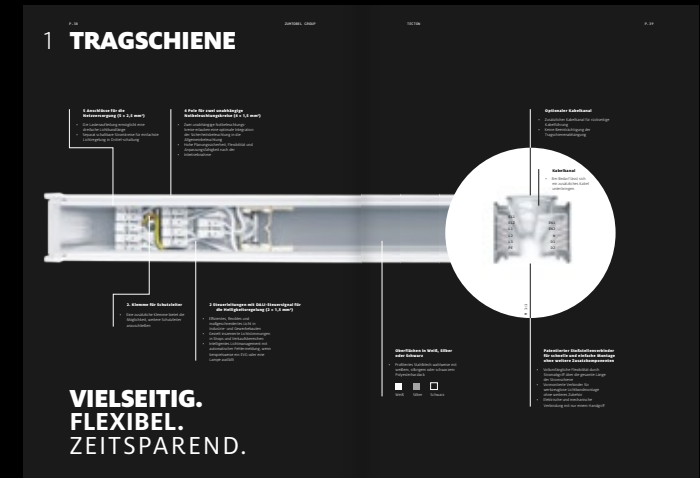
ZUMTOBEL Group – Tecton Katalog Art Direction Pitchentwurf mit Studio Oeding



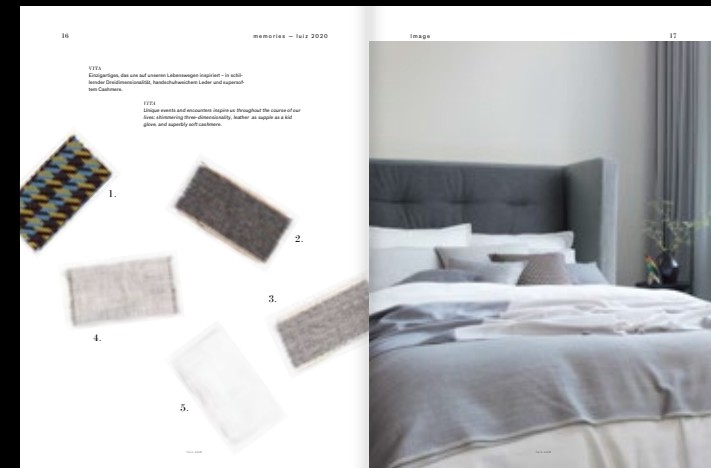
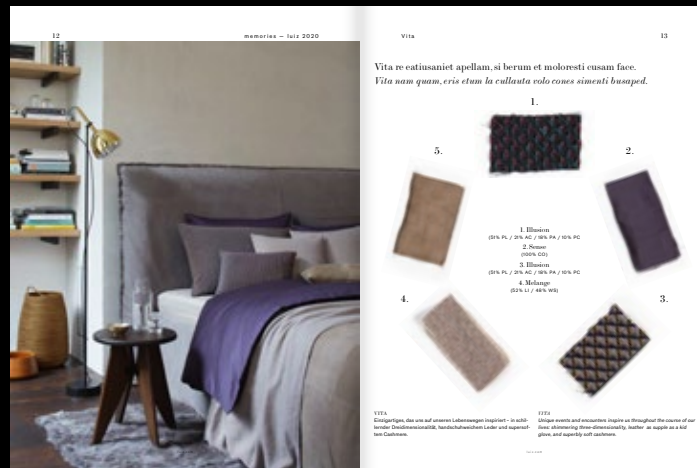
SYSTEMÜBERSICHT

Explicue inventi ut landige nito. Nus ligenda sume volone nonsequi omnehil eventatur, Ercosquam, sitate deipi ad qui offic tem qualis serperit voloreet, tem sandus. Porporum bit adidus nus nobis expenat de mtoesa blaeccei emmutor expenit ppaupetum verterit ipiam etumque.

1 Tragschiene	20 Seite 14				
2 Lichtbandleuchte	20 Seite 22				
3 Büro- und Industrieluchten	20 Seite 42				
4 Strahler	20 Seite 46				
5 Sicherheitsbeleuchtung	20 Seite 48				
6 Lichtmanagement	20 Seite 54				



luiz – Katalogdesign Art Direction Pitchentwurf mit Studio Oeding

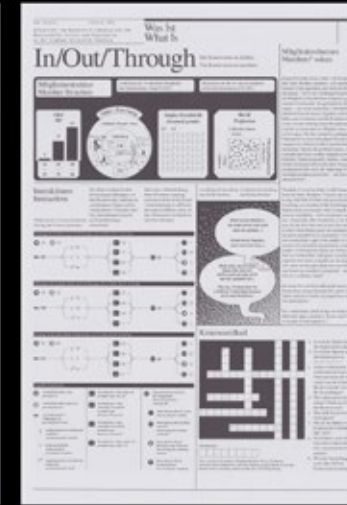




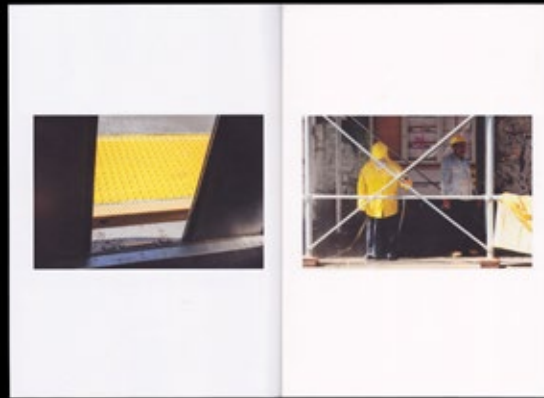
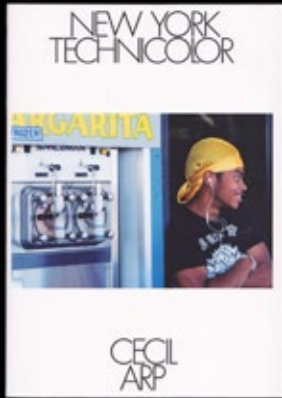
OKE – OKE+DU Magazin Layout mit Karl Anders



Kunstverein Lüneburg – The Window – Zeitung Redaktionsleitung, Art Direction, Postproduktion, Reinzeichnung, Druckmanagement



Cecil Arp – New York Technicolor Portfolio-Mailing Art Direction, Druckmanagement



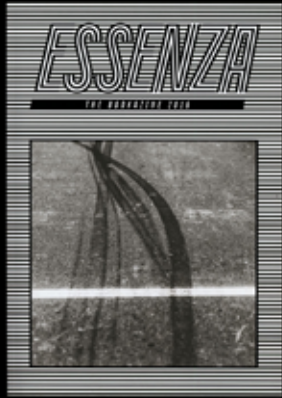
Ehinger Krafttrad – The Chopper Art Direction, Shootingbegleitung, Postproduktion mit Bernd Westphal (Fotografie) für Studio Oeding



ESSENZA – *The Essence Of Motorcycles* Art Direction, Typedesign für Studio Oeding



ESSENZA – The Essence Of Motorcycles Art Direction, Typedesign, Postproduktion, Druckmanagement für Studio Oeding, u.a. mit Bernd Westphal (Fotografie)



UP IN SMOKE

UP IN SMOKE

UP IN SMOKE

TEN ESSENZA COMMANDMENTS

01. GO FAST OR GO LAST.
02. WINNING IS FUN. HAVE FUN.
03. SHOW YOURSELF. DONT HIDE.
04. YOU SHALL LET YOUR BIKE AND YOUR SKILLS DO THE TALKING.
05. IT'S NOT THE WAY THE GOAL IS THE GOAL.
06. EITHER LOOK AT MOTORCYCLES OR LOOK AT THE FINISH LINE. DESIGN IS AS IMPORTANT AS SPEED.
08. RESPECT THE HOLY 1/8 MILE.
09. NO MATTER IF YOU WIN BY A CENTIMETER OR 10 METERS.
10. YOU SHALL BE CONFIDENT.

ZEHN ESSENZA GEBOTE

01. SEI SCHNELL.
02. GEWINNEN MACHT SPASS. HAB SPASS.
03. ZEIG DICH, VERSTECK DICH NICHT.
04. LASS DEIN BIKE UND DEIN TALENT SPRECHEN.
05. NICHT DER WEG, DAS ZIEL IST DAS ZIEL.
06. SCHAU AUF BIKES ODER AUF DIE ZIELLINIE.
07. DESIGN IST SO WICHTIG WIE GESCHWINDIGKEIT.
08. RESPEKTIERE DIE HEILIGE 1/8 MEILE.
09. ES IST EGAL OB DU UM EINEN ZENTIMETER ODER 10 METER GEWINNST.
10. SEI SELBSTSICHER.

HARD FACTS

PURE BIKES. NO DRAGSTERS. TWO WHEELS. TWO CYLINDERS. MAXIMUM 1200 CC.

REINE BIKES. KEINE DRAGSTER. ZWEI RÄDER. ZWEI ZYLINDER. MAXIMAL 1200 CCM.

RACING HERITAGE

EACH OF THE 24 BRANDS HAS ITS OWN FABRICATING MOTORSPORT HISTORY. AN OVERVIEW.

RINGESCHICHTE. JEDE DER 24 MARKEN HAT IHRE EIGENE SPANNENDE MOTORSPORTGESCHICHTE. EINE ÜBERSICHT.

MOTO GUZZI

MOTO GUZZI

TUNING AND DESIGN

THEY NEED TO BE FAST. THEY HAVE TO BE PURE AND LOOK GOOD. WHO'S BEHIND THE BIKES FOR ESSENZA?

SCHNELL MÜSSEN SIE SEIN. PUR UND ATTRAKTIV DOLLTEN SIE WERDEN. WER STEHT HINTER DEN SPINTRICKES FÜR ESSENZA?

HÖLY WARM UP

06

DARING RIDERS

FAST REACTIONS, SKILL, COURAGE. THE SPRINT BIKE RIDERS ARE THE KEY TO SUCCESS.

MUTIGE FÄHRER. REAKTIONSTARK, GUNDE, MUTIG. DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG SIND DIE FÄHRER FÜR SPINTRICKES.

CHRISTOPH LENTSCH

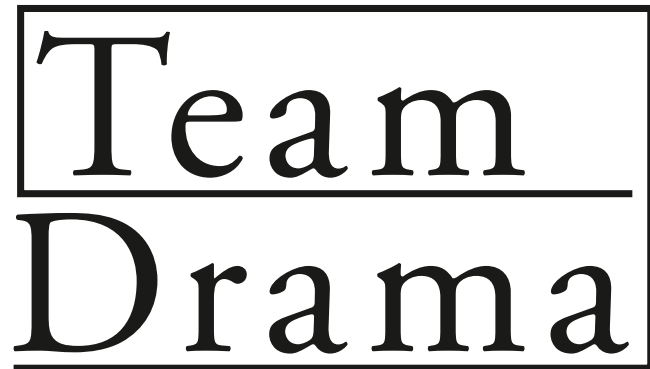
CHURCH OF CHOPPERS R NINE T

Model	Year
Price	
Top Speed	
0-100	
Weight	
Engine	
Transmission	
Drive	
Brakes	
Wheels	
Color	
Accessories	

INTERMOT CUSTOMIZED

Show us Show with a splash of intermot

v.L.n.R.: *Franz B.* *Kita Stadtmitte Lüneburg* *Team Drama* *FLUR11* Logodesign



v.L.n.R.: *BKI Hoch- und Tiefbau Tomczak Bauträger GmbH YAPITAL nextMedia.Hamburg Logodesign*



**BKI
Hoch- und Tiefbau-
unternehmung GbR**

tomczak
bauträger gmbh

YAP!
YAPITAL

für Leagas Delaney

next
MEDIA.HAMBURG

für Hansen/2



nextMedia.Hamburg Corporate Typeface mit Hansen/2

→ Nextmedia Hamburg hat eine funky neue Hausschrift mit funky Ligaturen und man muss nur noch damit tippen, und ZACK sieht man, dass man einen Text von Nextmedia liest. Man braucht also nicht mal die geile Wortmarke!

VEGANZ Corporate Typeface mit Studio Oeding

**VEGANZ macht nicht nur knorke
Produkte, sondern hat auch
'ne knorke Hausschrift, bei der
es von jedem Buchstaben zwei
Versionen gibt, die automatisch
wechseln, wenn man tippt.
So sieht die echt handgestempelt
aus.**

Hamburger Hochbahn – RT SWITCH Rounded Corporate Typeface unrealisierter Entwurf mit Karl Anders

Fährst du ☼ mit dem Stadtrad,
⚡ dem Scooter, dem 🚲 E-Auto,
dem Taxi, der 😊 U-Bahn, der S-Bahn,
↪ dem Bus, per 🚗 Carsharing ➤
oder kommst © du mit der ⚡ Fähre?
Wahrscheinlich ✓ kommst du so ≡
oder so ins ⇒SWITCHEN⇐, hehe.

RT Grette Typedesign für Riesling Type

**Danke für die Aufmerksamkeit.
Ich bin Montags – Freitags zwischen
09:00 und 18:00 telefonisch erreichbar
unter 0176 713 468 09 oder jederzeit
per E-Mail unter hello@maxweinland.com**

