

# Portfolio

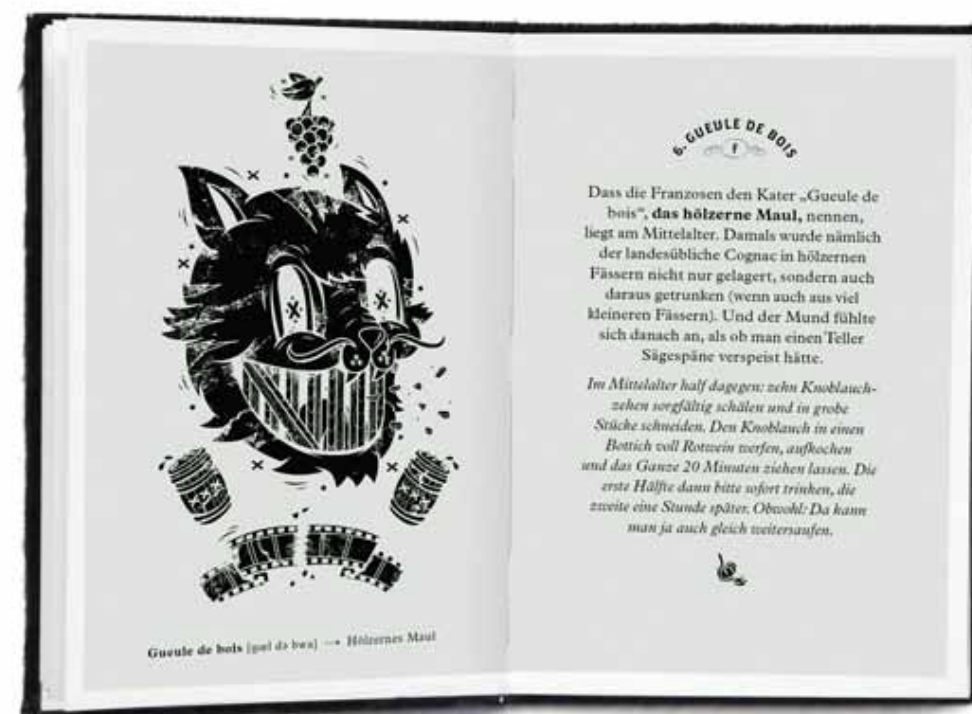
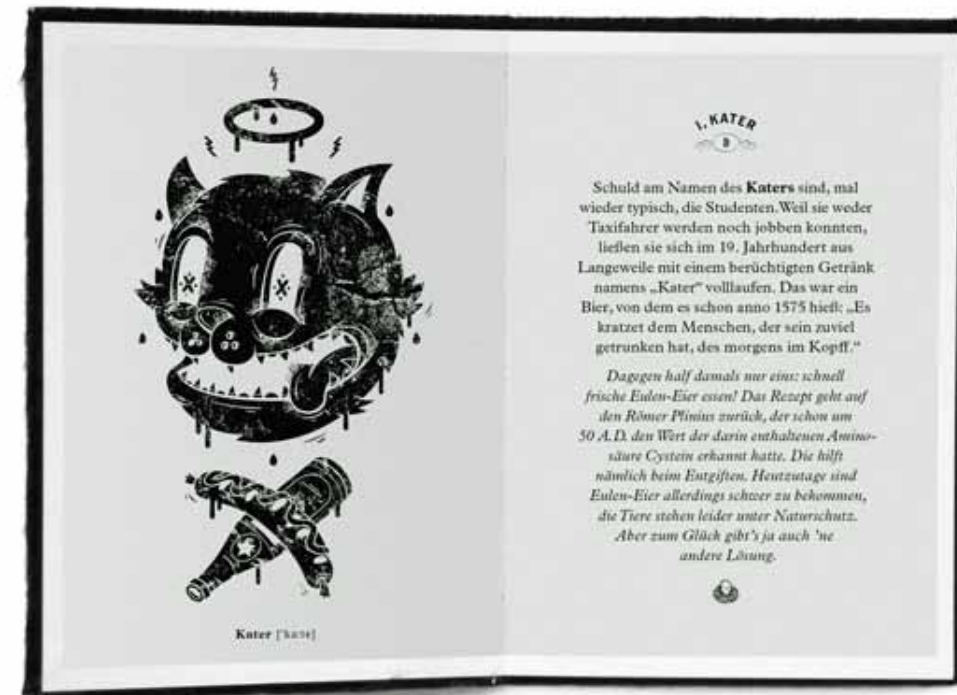
## Michel Becker

# KATERBUCH

Buchgestaltung „Die 10 berühmtesten Kater der Welt“ für Thomapyrin. Es wurde mit einem silbernen Nagel vom ADC und als best-of-the-best vom red dot award ausgezeichnet. Euro RSCG, Creative Direction: Martin Breuer, Illustration: Dennis Schuster.



reddot design award  
best of the best 2012





# FIFTYFIFTY „PACKEIN!“

Art Direction für die Weihnachtsspezialausgabe von fiftyfifty dem Straßenmagazin.  
Sie wurde mit einem bronzenem Nagel vom ADC und dem red dot award ausgezeichnet.  
Havas Worldwide Düsseldorf, Creative Direction: Martin Breuer, Aleco Antoniadis.



reddot design award  
winner 2013

**An der Stalltür**  
Die Drei finden sich in der Dunkelheit zurecht, sie sind ohne Eile. Sie sind die weniger Entschlossenen, die am beginnenden Morgen stehen und sich verteilen. Ein Passant nach dem anderen hat Mühe, ihre Kleidung zu halten. Erager bekommen sie nicht es schaffen

**Armenhaus**  
Ich schaue mit dem Herzen und fühl des andern Schmerzen, indess' ein Mensch vorbei läuft und nichts denkt dabei, wenn all die Obdachlosen in Armut drin schaut er kurz geschied der und so ersch hat schon so seinen eiteln

**Eine moderne Madonna**  
von Beat Streuli  
Der Foto- und Videokünstler Beat Streuli (geb. 1967 in Aadorf/Schweiz) beschäftigt sich in seinem Werk vorwiegend mit Menschen im öffentlichen Raum. Seine Arbeiten stellen städtische, meist junge Individuen dar, die er, einer Schnappschußfotografie gleich, aus einer Menge von Passanten „herauszufotografiert“. Durch den zentrierten Bildausschnitt auf den Oberkörper oder das Gesicht und den Schärfefall der Umgebung betont der Künstler besonders die Mimik der Dargestellten. Streulis Kunst ist weltweit sehr begehrt, in bedeutenden Museen und Sammlungen vertreten und vielfach ausgezeichnet. Der Künstler hat auch öffentliche Gebäude gestaltet, wie etwa das Haus der Stadtsparkasse in Düsseldorf an der Berliner Allee.

**packein!**  
FÜR DIE FIFTYFIFTY WEIHNACHTSSONDERAUSGABE  
EIN ORIGINAL-FOTO VON BEAT STREULI

Sie ja merken, dass Sie dem Mist brauchen, der heilige Wirtschaftswach bringen soll. Kommen S



# NEON

## DIE BESTEN STÄDTE FÜR DEN SOMMER

NEON-BEHEIMTIPPS FÜR 14 STÄDTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

Mit dabei: BERLIN, HAMBURG, MÜNCHEN, KÖLN, LEIPZIG, RUHRPOTT, STUTTGART, WIEN, ZÜRICH

In Kooperation mit **DB BAHN**

### Berlin

Was macht Berlin so einzigartig? Die Hauptstadt ist eine Mischung aus Geschichte und Moderne. Von den historischen Sehenswürdigkeiten bis zu den modernen Kunstquartieren, Berlin hat alles. Ein Muss ist ein Besuch im Reichstag, um die beeindruckende Aussicht über die Stadt zu genießen. Und natürlich die Berliner Currywurst, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie das Gendarmenplatz, um die beeindruckende Architektur zu bewundern. Und natürlich die Berliner Currywurst, ein kulinarisches Highlight.

### Hamburg

Hamburg ist die Hansestadt an der Elbe. Die Stadt ist geprägt von Wasser und grünen Parks. Ein Besuch im Speicherstadt, der UNESCO-Weltkulturerbe, ist ein Muss. Und natürlich die Hamburger Fischbraten, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie die Speicherstadt, um die beeindruckende Architektur zu bewundern. Und natürlich die Hamburger Fischbraten, ein kulinarisches Highlight.

### München

München ist die Hauptstadt des Südens. Die Stadt ist geprägt von Bier und Tradition. Ein Besuch im Oktoberfest, dem größten Volksfest der Welt, ist ein Muss. Und natürlich die Bayerische Hofbräu, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie das Oktoberfest, um die beeindruckende Atmosphäre zu genießen. Und natürlich die Bayerische Hofbräu, ein kulinarisches Highlight.

### Köln

Köln ist die Stadt an der Rhein. Die Stadt ist geprägt von Geschichte und Kultur. Ein Besuch im Dom, dem Wahrzeichen der Stadt, ist ein Muss. Und natürlich die Kölnische Heide, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie den Dom, um die beeindruckende Architektur zu bewundern. Und natürlich die Kölnische Heide, ein kulinarisches Highlight.

### Zürich

Zürich ist die Stadt an der Limmat. Die Stadt ist geprägt von Wasser und grünen Parks. Ein Besuch im St. Peterer, dem Wahrzeichen der Stadt, ist ein Muss. Und natürlich die Züricher Schokolade, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie das St. Peterer, um die beeindruckende Architektur zu bewundern. Und natürlich die Züricher Schokolade, ein kulinarisches Highlight.

### Wien

Wien ist die Hauptstadt des Nordens. Die Stadt ist geprägt von Kultur und Tradition. Ein Besuch im Kunsthistorischen Museum, dem Wahrzeichen der Stadt, ist ein Muss. Und natürlich die Wiener Schnitzel, ein kulinarisches Highlight.

**Tipps:** Besuchen Sie das Kunsthistorische Museum, um die beeindruckende Architektur zu bewundern. Und natürlich die Wiener Schnitzel, ein kulinarisches Highlight.

# NEON UNNÜTZES WISSEN

200 SKURRILE FAKTEN, DIE DU NIE MEHR VERGISST!

### 28. US-POLIZISTEN LERNEN DEUTSCHE VOKABELN WIE «SITZ» UND «PLATZ», UM IHREN SCHÄFERHUNDEN DEFENSIVE ZU GEBEN.

Ein US-Polizist hat eine Liste von 28 deutschen Wörtern erstellt, die er seinen Schäferhunden beibringt, um sie in gefährlichen Situationen zu beschützen. Die Wörter sind: 'Sitz', 'Platz', 'Warte', 'Bleib', 'Komm', 'Rück', 'Vor', 'Auf', 'Ab', 'Nein', 'Ja', 'Gut', 'Schlecht', 'Falsch', 'Richtig', 'Langsam', 'Schnell', 'Leise', 'Laut', 'Hoch', 'Niedrig', 'Oben', 'Unten', 'Links', 'Rechts', 'Vorne', 'Hinten', 'Mitte', 'Außen', 'Innen', 'Oben', 'Unten', 'Links', 'Rechts', 'Vorne', 'Hinten', 'Mitte', 'Außen', 'Innen'.

### 166. IN KEINER DEUTSCHEN STADT IST PARKEN SO TEUER WIE IN MÜNCHEN.

München ist die Stadt mit den teuersten Parkgebühren in Deutschland. Die Gebühren sind so hoch, dass viele Fahrer lieber auf der Straße parken als in einer Garage. Die Gebühren sind: 1,50 € pro Stunde, 3,00 € pro Tag, 6,00 € pro Woche, 12,00 € pro Monat, 24,00 € pro Jahr.

### 101. JEDER ZWEITE DEUTSCHE KELLNER AZUBI BRACH 2011 SEINE AUSBILDUNG AB.

Ein Bericht über die Ausbildungsstellenmarkt in Deutschland. Die Zahl der Ausbildungsstellen ist in den letzten Jahren gesunken, was zu einer hohen Zahl an Azubis führt, die ihre Ausbildung abbrechen. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 162. EIN FLUGHÄHN IST EIN FISCH.

Ein Bericht über die Fischerei in Deutschland. Die Zahl der Fischereiergatter ist in den letzten Jahren gesunken, was zu einer hohen Zahl an Fluhähnen führt, die ihre Fischerei aufgeben. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 155. DIE LEICHE DES ÖZDI WIRD ALLE ZWEI MONATE MIT DESTILLIERTEM WASSER BESPRÜHT.

Ein Bericht über die Ökologie in Deutschland. Die Leiche des ÖZDI wird alle zwei Monate mit destilliertem Wasser besprüht, um die Umweltverschmutzung zu reduzieren. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 79. PFERDE KÖNNEN NICHT KOTZEN.

Ein Bericht über die Tierwelt in Deutschland. Pferde können nicht kotzen, sondern scheißen. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 170. SEIT 2004 HALTEN AN KAPSTADTS STRÄNDEN «SCHARSPOTTER» NACH WEISSEN HAAREN AUSSCHAU.

Ein Bericht über die Strandkultur in Deutschland. Seit 2004 halten an Kapstadts Stränden «Scharspotter» nach weißen Haaren Ausschau. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 81. RAINER BRÜDERLE HAT SCHON 1548 WEINKÖNIGINNEN GETROFFEN.

Ein Bericht über die Weinindustrie in Deutschland. Rainer Brüderle hat schon 1548 Weinköniginnen getroffen. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

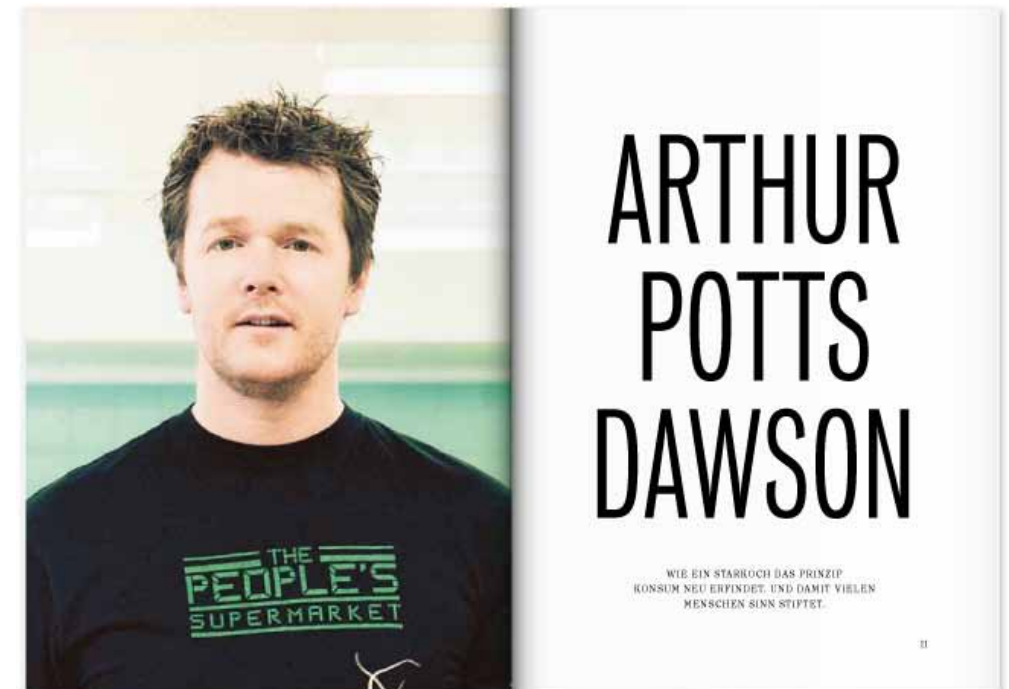
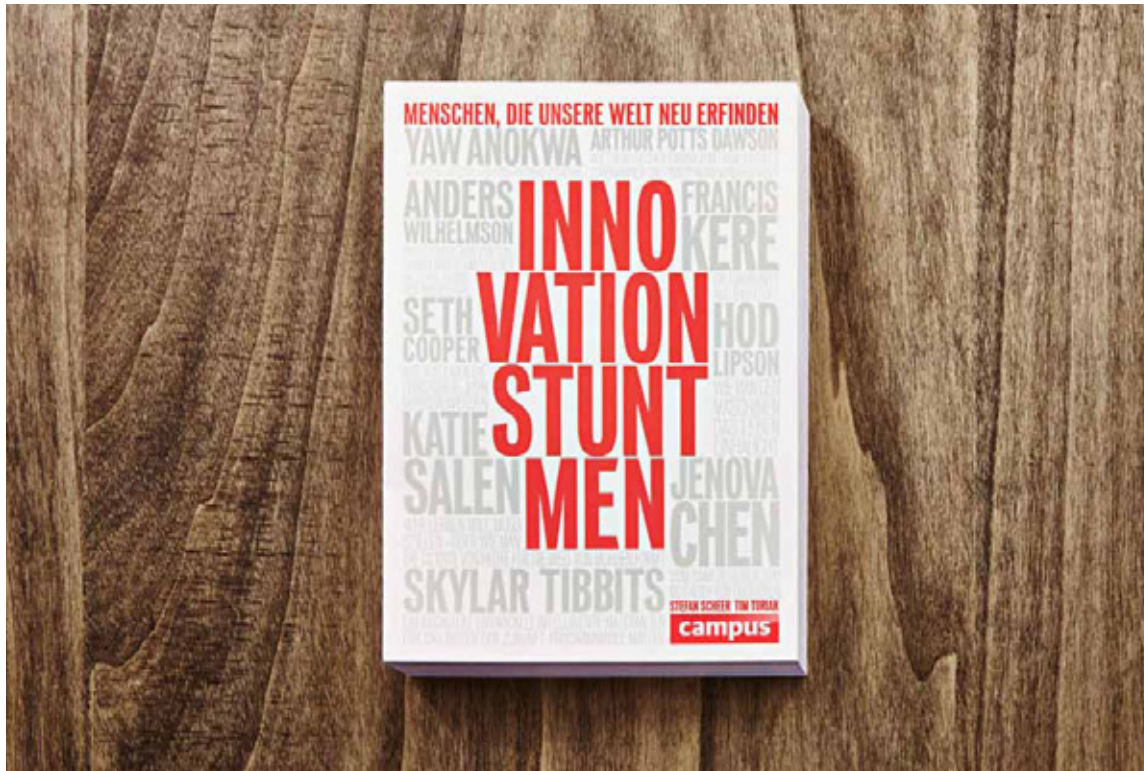
### 60. IN JAPAN NUTZT EIN MANN EINEN WEINBECKEN CANNISTER AUF SEIN WINTERBROD-VORBEREITUNG PLUS-GERÄT.

Ein Bericht über die Kultur in Japan. In Japan nutzt ein Mann einen Weinbecken Canner auf sein Winterbrod-Vorbereitung Plus-Gerät. Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.

### 99. DER FAHRZEUG FÜR SCHULEN LAUFT «STROMLOS».

Ein Bericht über die Schulpflicht in Deutschland. Der Fahrzeug für Schulen läuft «stromlos». Die Gründe sind: mangelnde Karrierechancen, geringe Gehälter, schlechte Arbeitsbedingungen.



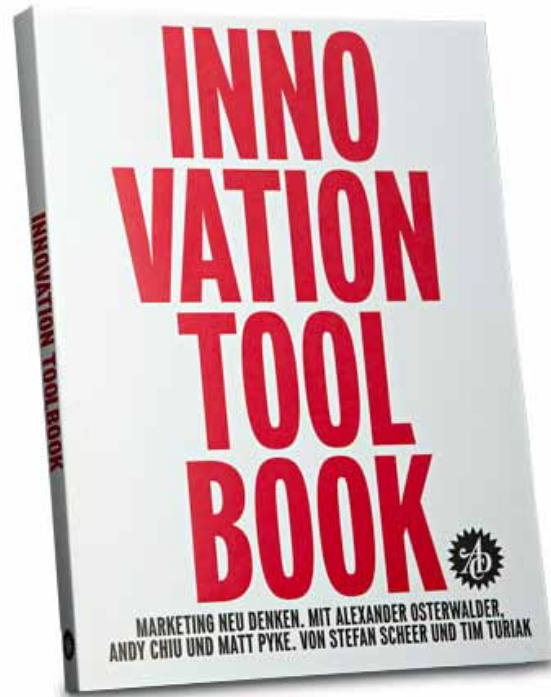




**INNOVATION TOOLBOOK**

Buchgestaltung für ein Buch, das die Schnittstellen zwischen Geschäftsmodell, Marketing und Design zeigt und zwischen diesen Bereichen viele Anreize schafft.

Scheer Werbeagentur, Creative Direction: Stefan Scheer, Redaktion: Tim Turiak.



**TOKIO. PORTLAND. HERZOGENAUACH.**

Adidas ist der zweitgrößte Sportanbieter der Welt. Der Konzern besitzt Entwicklungszentren in Tokio, Shanghai, Portland, Scheinfeld und Herzogenaurach. 39000 Personen arbeiten täglich an dem Erfolg des Riesen. Einer von ihnen ist der Produktmanager Andy Chiu. Sein Beitrag: erfolgreiches Produkt ist ein Schuh, den er auf den Namen *Zelwei* getauft hat. Die genaue Verkaufszahlen sind bei den Konzern aus Herzogenaurach unter Verschluss. Nur so viel ist öffentlich: Die Verkäufe gehen in die Hunderttausende. Verblüffende Zahlen, bedenkt man, dass vorher nicht eine Anzeige, nicht ein Plakat und nicht ein Werbefilm geschaltet wurde. Wer diese Leistung verstehen will, muss zunächst Andy Chiu verstehen.

**IN CHIU DENKEN MEHRERE GEHIRNE.**

Andy Chius Geheimnis besteht möglicherweise darin, dass es gleich drei Andy Chius gibt. Chiu Nummer eins wohnt im Dortmund der 90er auf, wo seine Eltern ein Restaurant betreiben. Er durchläuft hier die übliche Schullaufbahn: Grundschule, Gymnasium, Abitur. Es folgt ein halberzeit eingeschobenes Design-Studium, von dem er freimüßig zugibt, dass er damit eigentlich nur das Geld seiner Eltern verschleudert hat. *Zwei* Chiu lernt später bei L'Oréal und Mercedes das Handwerk des Produktmanagers. Das Denken in Zielen, Modellen und Methoden ist es, was er von seinen Arbeitgebern vor allem mitnimmt.

Den zweiten Chiu zieht es immer wieder nach Hongkong, in die Heimat seiner Eltern. Hier entwickelt er seinen Reichtum fürs Geschäftsmachen, denn das - so sagt er - habe man als Hongkong-Chinese im Blut. Hier reist sich seine Vorstellung

<b>CUSTOMER SEGMENTS</b>	<b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b>	<b>CHANNELS</b>	<b>REVENUE STREAMS</b>
<b>VALUE PROPOSITIONS</b>	<b>KEY ACTIVITIES</b>	<b>KEY RESOURCES</b>	<b>COST STRUCTURE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer sind unsere wichtigsten Kundengruppen?</li> <li>• Wo sind unsere wichtigsten Kundengruppen?</li> <li>• Wie sind unsere wichtigsten Kundengruppen?</li> <li>• Welche Bedürfnisse haben unsere Kundengruppen?</li> <li>• Welche Ressourcen haben unsere Kundengruppen?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben unsere Kundengruppen?</li> <li>• Welche Kanäle nutzen unsere Kundengruppen?</li> <li>• Welche Beziehungen haben unsere Kundengruppen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> <li>• Welche Kanäle nutzen wir?</li> <li>• Welche Beziehungen haben wir?</li> <li>• Welche Ressourcen haben wir?</li> <li>• Welche Aktivitäten haben wir?</li> </ul>



Alexander Osterwalder im Gespräch über die Chancen und Risiken neuer Geschäftsmodelle.

Hier macht ein *innovatives Geschäftsmodell* aus? Unternehmer und Manager müssen sich fragen: Was ist für mich, in meinem Markt ein *wettbewerbsfähiges Geschäftsmodell*, das mir über einen gewissen Zeitraum einen *Wettbewerbsvorteil* verschafft? Ob das Modell *extrem innovativ* ist oder nicht, ist dabei weniger wichtig.

*Höher kommen die Ideen für neue Geschäftsmodelle? Aus dem Umfeld?* Natürlich ist es wichtig, sich das Umfeld anzuschauen. Einerseits das *Umfeld*, in dem man sich als Unternehmen bewegt, andererseits muss man sich Fragen stellen, die darüber hinausgehen. Zum Beispiel: Was sind Geschäftsmodelle in anderen Industrien? Was sind die *Dynamiken* hinter diesen Geschäftsmodellen? Kann ich diese Geschäftsmodelle anwenden? Und dann muss ich mir überlegen: Was sind die *generellen Einflüsse*? Was sind neue Technologien? Was sind die *neuen Kundenbedürfnisse*? Wo liegen die *Marken der Zukunft*? Ist es China, ist es Brasilien oder sind es die USA? Und wenn man sich all diese Dinge anschaut, dann kann man in diesem *Designumfeld* versuchen, neue Geschäftsmodelle zu kreieren. Wo kommen die Ideen her? Ich glaube, sie kommen von überall. Das Wichtigste ist, dafür eine *Offenheit* mitzubringen.

*Wie setzen sich Entwicklungsteams *inkubationsweise* zusammen? Aus welchen Unternehmensbereichen rekrutieren sich die Leute?* Ich glaube, dass man *kontextspezifisch* agieren muss. Stellt man ein kleines Team mit neuen Mitarbeitern zusammen? Stellt man ein Team mit Mitarbeitern aus unterschiedlichen Bereichen zusammen? Wichtig sind die *verschiedenen Perspektiven*, die *verschiedenen Erfahrungen* und die *verschiedenen Backgrounds*. Das leistet man zum Beispiel, indem man Leute aus dem *Finanzbereich*, aus dem *Designbereich*, aus dem *Marketingbereich* usw. einbindet. Eine *Diversität* ist sehr wichtig. Ob man die *Diversität* letztendlich im Unternehmen



### FACHEL JAHRI

und ihre internationale Bekanntheit. Während der Revolution in Tunis wurden beide zu Aufständischen der Revolutionären Fronten- und Intellektuellenkreise. Eine Woche nach dem Sturz des Präsidenten kam Facheh Jahri mit seiner tunesischen Kompanie für ein Gastspiel mit seiner Produktion „Amnesia“ nach Paris. Das Stück handelt von einem Herrscher, der am Flughafen inhaftiert wird, um ins Land zu werden, und stattdessen in die Psychiatrie gebracht wird, wo er seinen Völkern Rede und Antwort stehen muss. „Amnesia“ konnte Jahri in Tunisien nur unter schwierigsten Umständen durch die Zensur bringen, in Paris wählte er auf einmal eine unglückliche Vorlesung und Analyse der folgenden Ereignisse.

In einem Gespräch am Rande des Gastspiels erzählt Facheh Jahri sehr persönlich von seinen Freuden über die Tage des Umsturzes in Tunis, aber auch von seinen Sorgen um die Zukunft seines Heimatlandes. „Es wird keine Revolution geben, in dem die Gültigkeit dieser Revolution seinen Höhepunkt überschritten hat“, behauptete er damals. „Aber wird die große Frage sein, ob die Tunesier die Sieger von Freiheit und Demokratie werden können, die sie während der Demonstrationen gesehen haben. Es ist eine große schwere Arbeit, die auf die Menschen in Tunisien wartet.“

Ein Jahr nach der tunesischen Revolution hat Facheh Jahri wieder in Bochum, um seine neue Arbeit am Schauspielhaus vorzubereiten. Gemeinsam mit dem Ensemble wird er im Sommer und Herbst Theater „Freiheit“ vorbereiten – jenseits des Meeres, in dem es sich inhaltlich um das schicksalhafte Leben eines Mannes dreht, der während der Revolution in Tunisien starb.

Über letztes Interview sind in Paris statt. Die von der Revolution ohne Worte ist. Du hast dich bewegt, im Moment hast du eine große Freude, aber es wird eher Zeit kommen, in der es sich um die Freiheit geht, was nach dem Umsturz kommt. Was ist wichtig für dich im Moment?

Im Moment fühle ich mich, wie nach einem Traum oder als ob du richtig griffen hast und mit einem Kater aufwachst. Oder eben wie wenn man von der Lawine einem Tausend Meter runterfällt, dann weißt du, dass es nicht nur eine riesige Katastrophe ist. Du weißt nicht, wo du anfangen sollst und was überlebt hat. Was ist wichtig? Was ist wichtig?

Ich erinnere mich an zwei Bilder nach dem Umsturz in Tunis. Das eine zeigt einen Mann, ungefähr so alt wie ich. Er hält eine Fackel in der Hand und in dieser Zeit war das einzige, was er gemacht hatte, das Geschickliche seines Landes. Ich habe mich sehr mit diesem Mann identifiziert, denn meine Sprache über Jahre lang die Geschichte, die Ereignisse, die Wurzeln eines Kampfes verlor. Was ist wichtig für dich im Moment?

Ich bin glücklich, dass wir hier in Bochum sind.

### TUNISIAH IN TUNESIEN

Der tunesische Regisseur Wassim Ghazaloni kommt zum 15. Mal in die Stadt. Folgt ein Ende der Nacht? Im Stil des „Light Painting“ fotografieren wir im Oktober 2013 mit Hilfe einer Taschenlampe und langen Belichtungszeiten Jagdwild auf der Avoniden in Tunisien.

### ES KANN KEINEN LIBERALEN ISLAMISCHEN STAAT GEBEN.

Facheh Jahri

Einige Monate nach der „Amnesia“-Premiere ging von ihm ein Video in Facebook der Arabische Frühling aus, das die Welt verunsichern sollte. Mit Ben Ali wurde im Januar 2011 der erste der arabischen Frühlinge von seinem Land gestürzt. Und das Ende seines Regimes, so schrieben es, öffnete die Tür für Freiheit und Demokratie für den gesamten arabischen Raum.

Facheh Jahri, dessen Arbeiten als Regisseur und Filmemacher mit internationaler Anerkennung in den letzten fünf Jahren, hatte in seinen tunesischen Heimat unter der Präsidentschaft von Ben Ali mit Zensur und Repression zu kämpfen. Gewohnt werden er und seine Frau, die Schauspielerin und Aktivistin Jallia Baccar, letztendlich durch ihren Ruf

18

19

# RENEGADE IN RESIDENCE

Seit zwei Jahren gibt es in Bochum ein neues Tanztheater. Mit der Kompanie Renegade erobern dabei Tänzer und Theatermacher mit ungewöhnlichen Biografien das Schauspielhaus.

## 13 LINKS AUF GROSSE FRAGEN

EIN MISCHMASCH.

JA. DAS WAR SIE SCHON IMMER.

DIE SOPRANOS. RICKY GERVAIS.

ERFÜLLE IHRE TRÄUME.

ICH TRAF DAS GESPENST DES KOMMUNISMUS. ES WAR UNGLAUBLICH GRAU.

DIE JUNGFRAU MARIA.

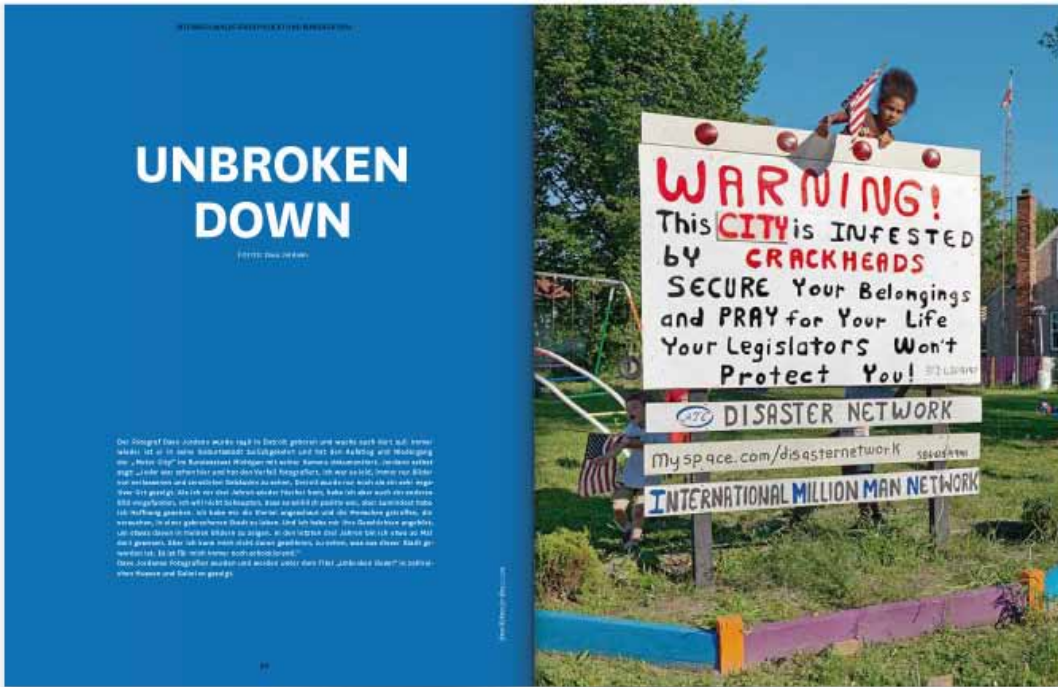
## LÖWEN BÄNDIGUNG

Mehr als 80 Schüler kommen jedes Jahr zusammen, wenn das Junge Schauspielhaus unter der Leitung der Regisseurin Martina von Boxen und ihres Teams mit dem Projekt „Schulen in Bewegung“ ein neues Stück auf die Bühne der Kammertheater bringt. Das Besondere: Die Schüler, die gemeinsam spielen und tanzen und auch für Bühne, Kostüme, Musik, Video und die dazugehörige Website verantwortlich sind, kommen nicht nur aus sechs verschiedenen Schulen, sondern auch aus sechs unterschiedlichen Schulformen. Die Journalistin Sarah Heppekaufen hat die Gruppen bei den Proben für „Schulen in Bewegung 2012“ besucht.

LÖWEN BÄNDIGUNG

Mehr als 80 Schüler kommen jedes Jahr zusammen, wenn das Junge Schauspielhaus unter der Leitung der Regisseurin Martina von Boxen und ihres Teams mit dem Projekt „Schulen in Bewegung“ ein neues Stück auf die Bühne der Kammertheater bringt. Das Besondere: Die Schüler, die gemeinsam spielen und tanzen und auch für Bühne, Kostüme, Musik, Video und die dazugehörige Website verantwortlich sind, kommen nicht nur aus sechs verschiedenen Schulen, sondern auch aus sechs unterschiedlichen Schulformen. Die Journalistin Sarah Heppekaufen hat die Gruppen bei den Proben für „Schulen in Bewegung 2012“ besucht.







# FIFTYFIFTY

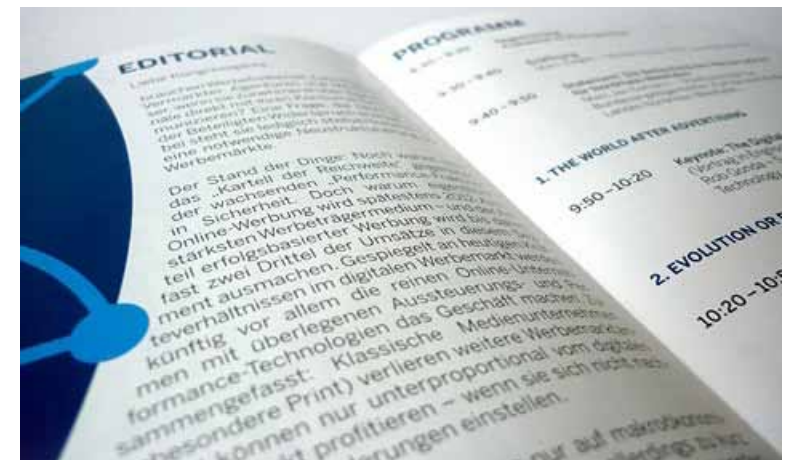
Mitarbeit bei der Entwicklung der fiftyfifty-openair-galerie. Euro RSCG, Creative Direction: Martin Breuer.  
Die Plakate wurden vom ADC und red dot ausgezeichnet





# THE WORLD AFTER ADVERTISING

Art Direction für die Veranstaltung „The World after Advertising“ des Mediencluster NRW.  
Scheer Werbeagentur, Creative Direction: Stefan Scheer.





# GARAGE BRANDS

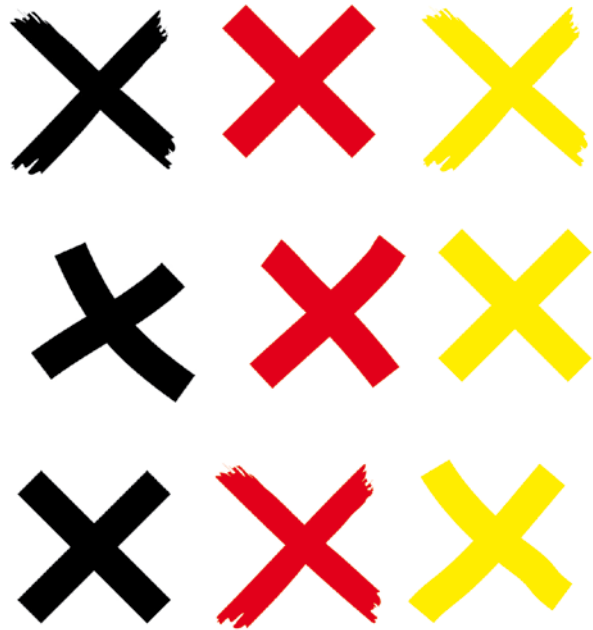
Art Direction für die Veranstaltung „Garage Brands“ des ADC.  
Scheer Werbeagentur, Creative Direction: Stefan Scheer.





## DEUTSCHLAND STIMMT SICH EIN

Logogestaltung für die Wahlkolumne der „Welt“, dass Logo wurde einen Monat lang, auf der Titelseite, sowie Seite 3 abgedruckt.



Deutschland  
stimmt sich ein





FLYER: TANZHAUS NRW

Veranstungsflyer für die Partyreihen „nachedition“ und „Geräeteturnen mit ...“ Format: 10cm x 10cm und Din A6





6  
8  
6  
4  
2  
5

**GEWALT BRINGT  
EINEN NICHT WEITER.  
ABER NACH OBEN**

**DER AUFHALTSAME  
AUFSTIEG DES ARTURO UI**

VON BERTOLT BRECHT  
REGIE: ULRICH GREB  
PREMIERE: 28.5.11

**SCHAUSPIELHAUS BOCHUM**

**MEINE WIRKLICHKEIT  
MACHE ICH MIR SELBST**

**CYRANO  
DE BERGERAC**

VON EDMOND ROSTAND  
REGIE: KATHARINA THALBACH  
PREMIERE: 29.1.11

**SCHAUSPIELHAUS BOCHUM**

**DAS LAND  
DER UNBEGRENZTEN  
UNMÖGLICHKEITEN**

**AMERIKA**

VON FRANZ KAFKA  
REGIE: JAN KLATA  
PREMIERE: 2.4.11

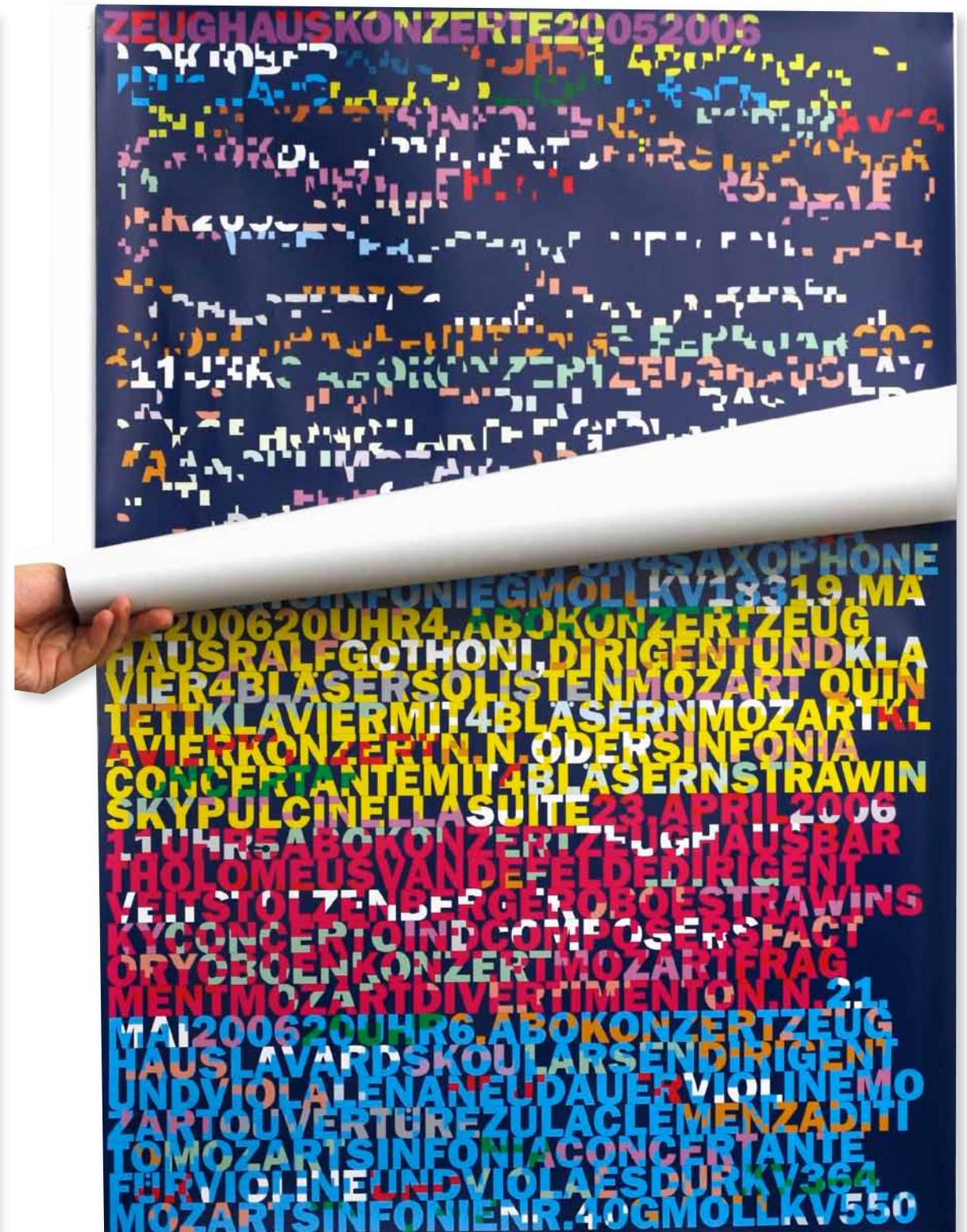
**SCHAUSPIELHAUS BOCHUM**



PLAKAT: ZEUGHAUS-KONZERTE

Image- und Programmplakat für Konzerte im Zeughaus/Neuss. (Wettbewerbsbeitrag)

Format: DIN A1





PLAKAT: DOPPELKONZERT

Veranstaltungsplakat für das Rheinische Landesmuseum Bonn.  
Format: DIN A1

**4. JUNI 09**  
**19<sup>30</sup> UHR**

*Stephanie Bosch*  
*Bansuri*

**DOPPEL  
KONZERT**

*Gundecha Brothers*  
*Dhrupad-Gesang*

**MIT  
KLASSISCHER  
INDISCHER MUSIK**

**RHEINISCHES  
LANDESMUSEUM BONN**  
**WDR**

**Eintrittskarten**  
AK: 15 Euro, ermäßigt 12 Euro  
VVK: BonnTicket  
Rheinisches Landesmuseum Bonn  
Columanusstraße 14-18, 53115 Bonn

**Reservierungen**  
Rheinisches Landesmuseum Bonn  
(Museumskasse)  
Deutsch-Indische Gesellschaft Bonn  
Telefon: 0228 255295

**Veranstalter**  
Deutsch-Indische Gesellschaft e.V.  
Zweiggesellschaft Bonn-Örtlich  
in Zusammenarbeit mit dem WDR  
www.dig-bonnkoeln.de

PLAKAT: ItAlien

Wettbewerbsbeitrag.  
Format: DIN A1

**ITALIEN**  
Italien versteckt einen Außerirdischen.  
Seit längerem suchen Menschen  
nach Lebewesen im All. Und suchen,  
suchen und suchen.

[http://  
neonblind.de/  
alien.html](http://neonblind.de/alien.html)

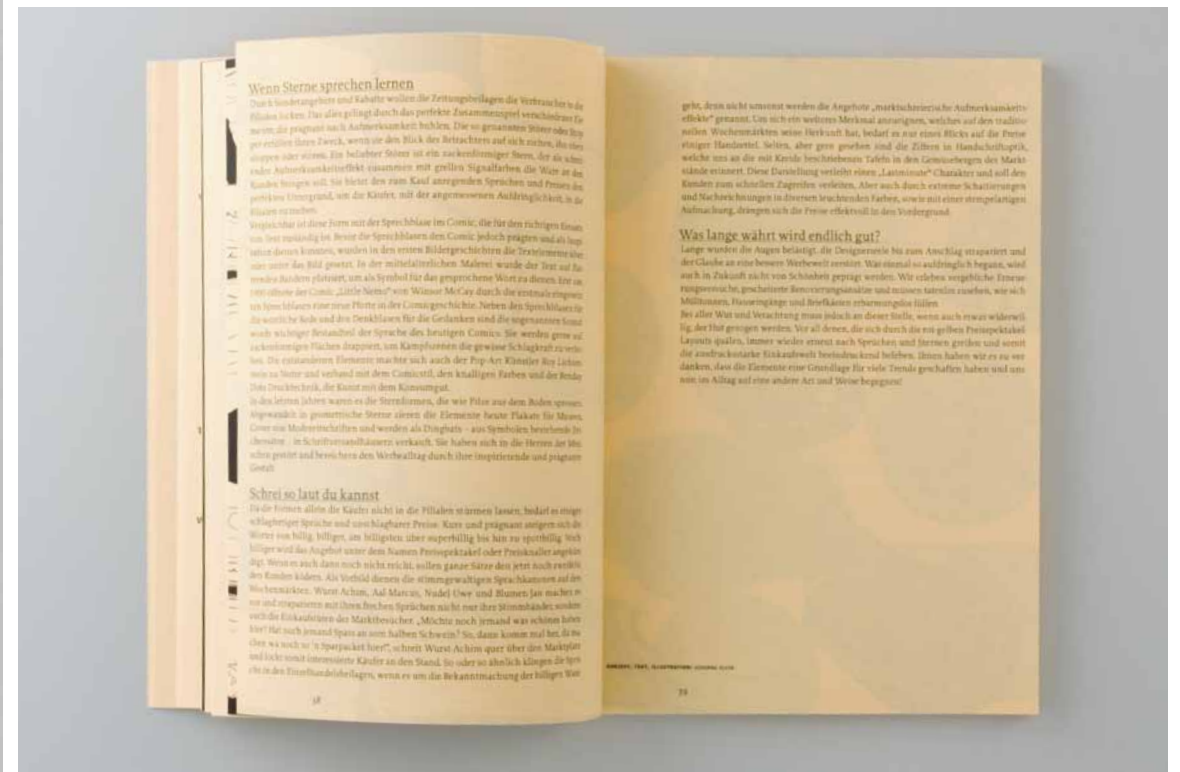
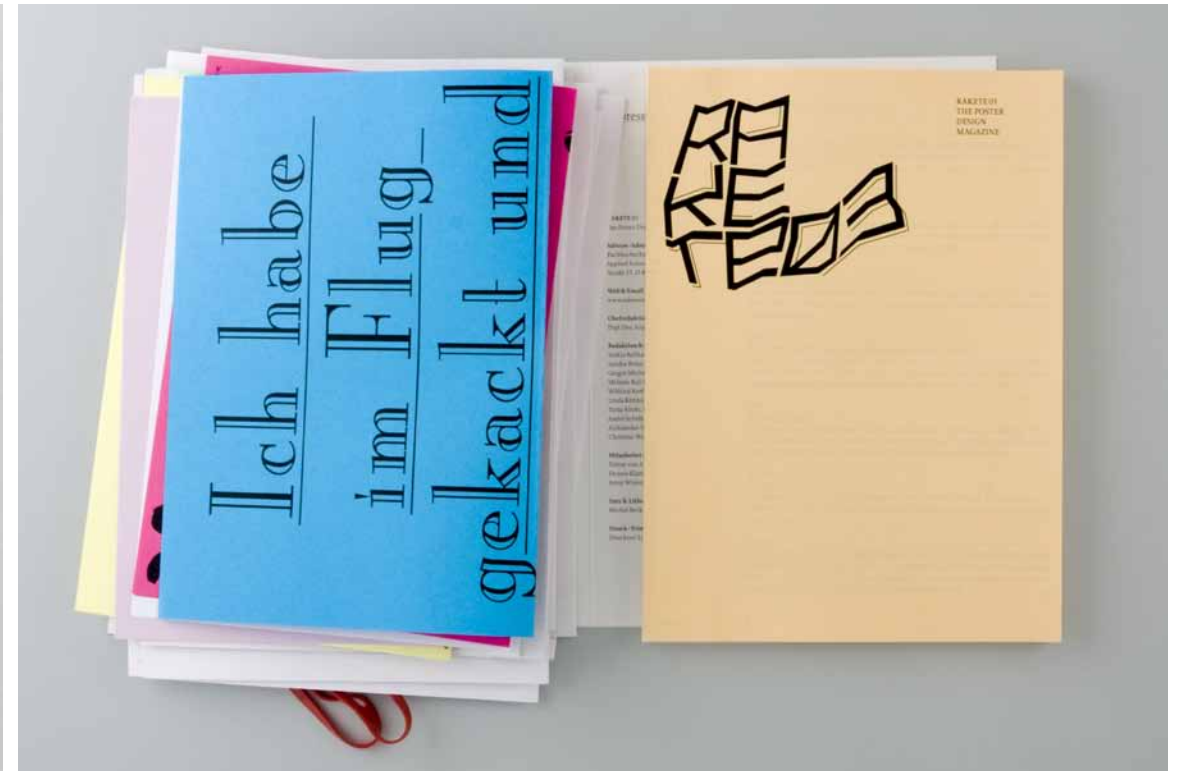
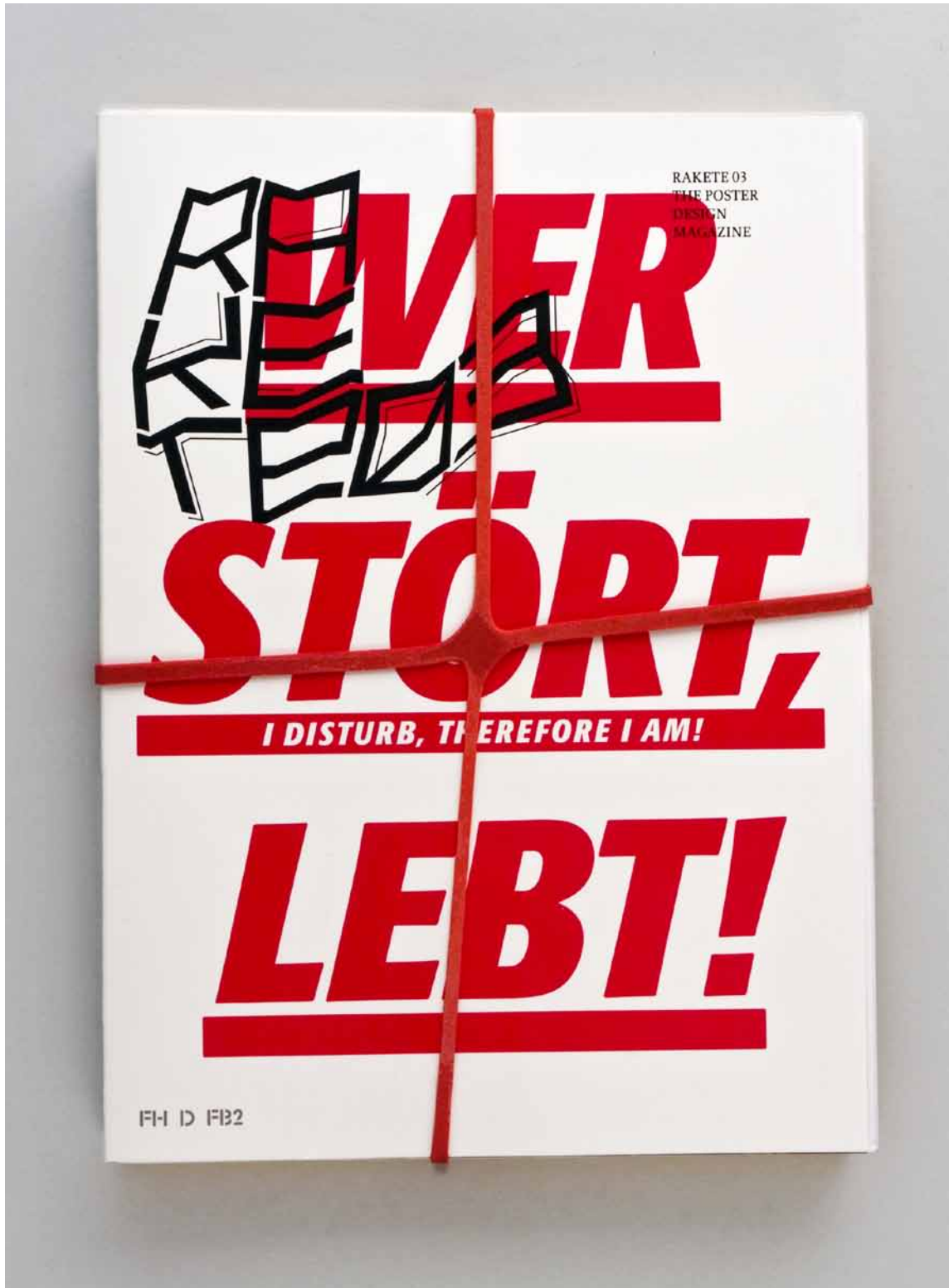


**MAGAZIN: RAKETE 03**

Cover- und Magazingestaltung für das Poster-Design-Magazin Rakete 03.

In Zusammenarbeit mit Christoph Gabriel, Sandra Krämer und der Projektgruppe

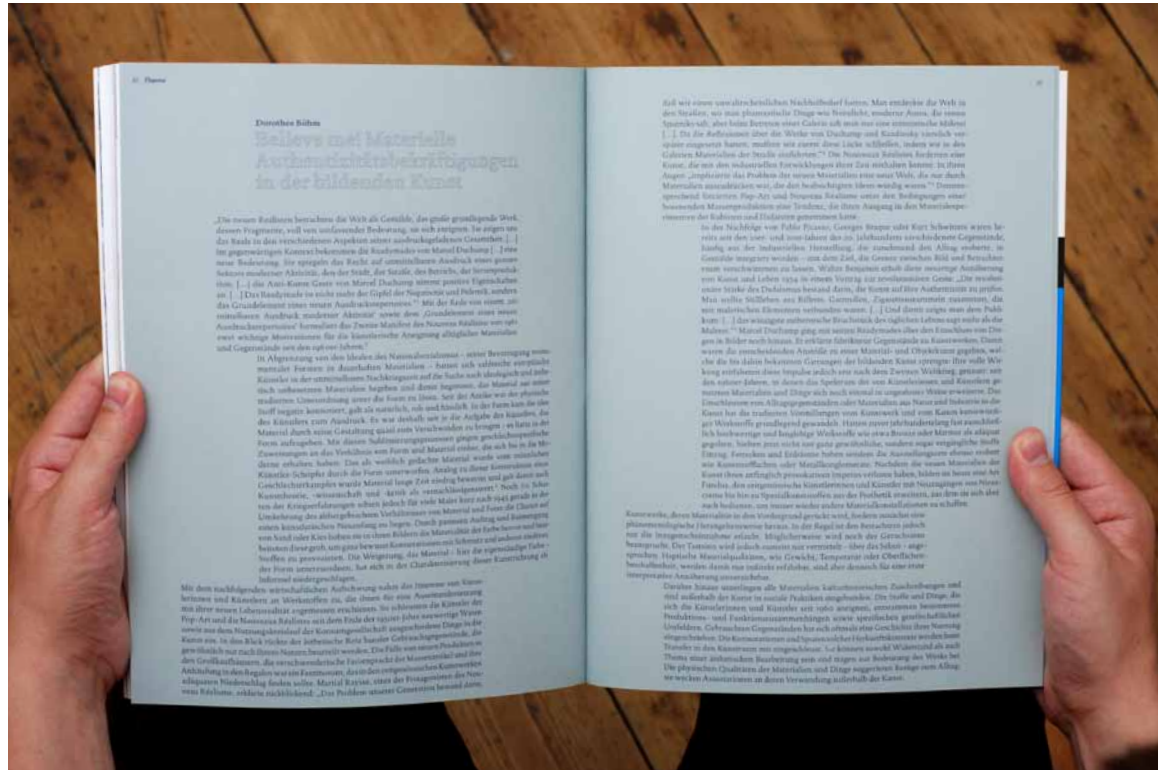
Format: 160mm x 240mm, Umfang: 120 Seiten, ein paar Aufkleber und 18 Plakate





# KIT LIDO NR. 5

Gestaltung des ausstellungsbegleitenden Magazins Lido von KIT – Kunst im Tunnel, Düsseldorf.  
Das grafische Konzept dieser Ausgabe orientiert sich an dem Thema Skulptur und Bildhauerei.  
In Zusammenarbeit mit Johannes Ernst, Sandra Krämer, Holger Wolsing.





## KONTAKT

Name Michel Becker  
Anschrift Hoffeldstraße 44  
40235 Düsseldorf  
Telefon 0171 6867484  
Internet michelbecker.net  
mail@michelbecker.net

## VITA

seit 2010 Art-Director (Freelance) für  
Euro RSCG, Havas Worldwide Düsseldorf,  
Neon Magazin, Scheer Werbeagentur  
2004 – 2010 FH Düsseldorf Kommunikationsdesign  
Abschluss als Diplom-Designer (FH)  
2008 – 2009 blotto, Berlin (Praktikum)  
2008 – 2004 Druckerei Setter (Druckvorstufe)  
\*1982 10. Januar Rheda-Wiedenbrück

## AUSZEICHNUNGEN

2013 ADC Bronze für fiftyfifty »packein!«  
Red Dot für fiftyfifty »packein!«  
2012 Clio Silber für Innofact Kalender  
Red Dot best-of-the-best für Thomapyrin »Katerbuch«  
ADC Silber für Thomapyrin »Katerbuch«  
ADC Auszeichnung für n-tv Onlinebanner  
2011 Auszeichnung für fiftyfifty »open-air-galerie«  
DDC Auszeichnung für fiftyfifty »open-air-galerie«  
Red Dot Award für fiftyfifty »open-air-galerie«