

EDITORIALS WITH
AN ATTITUDE!

BRRRRRRRANDING

VIBEY MUSIC VIDEOS

BJEARN
RAUSCH

WORK BOOK

VOLUME 1

EVENT- AND
CREATIVE
MANAGEMENT

FRESH
IDEAS
+
360°
CONCEPTS

UNIQUE
SOCIAL MEDIA
ASSETS

Styles
WITH A SOUL!

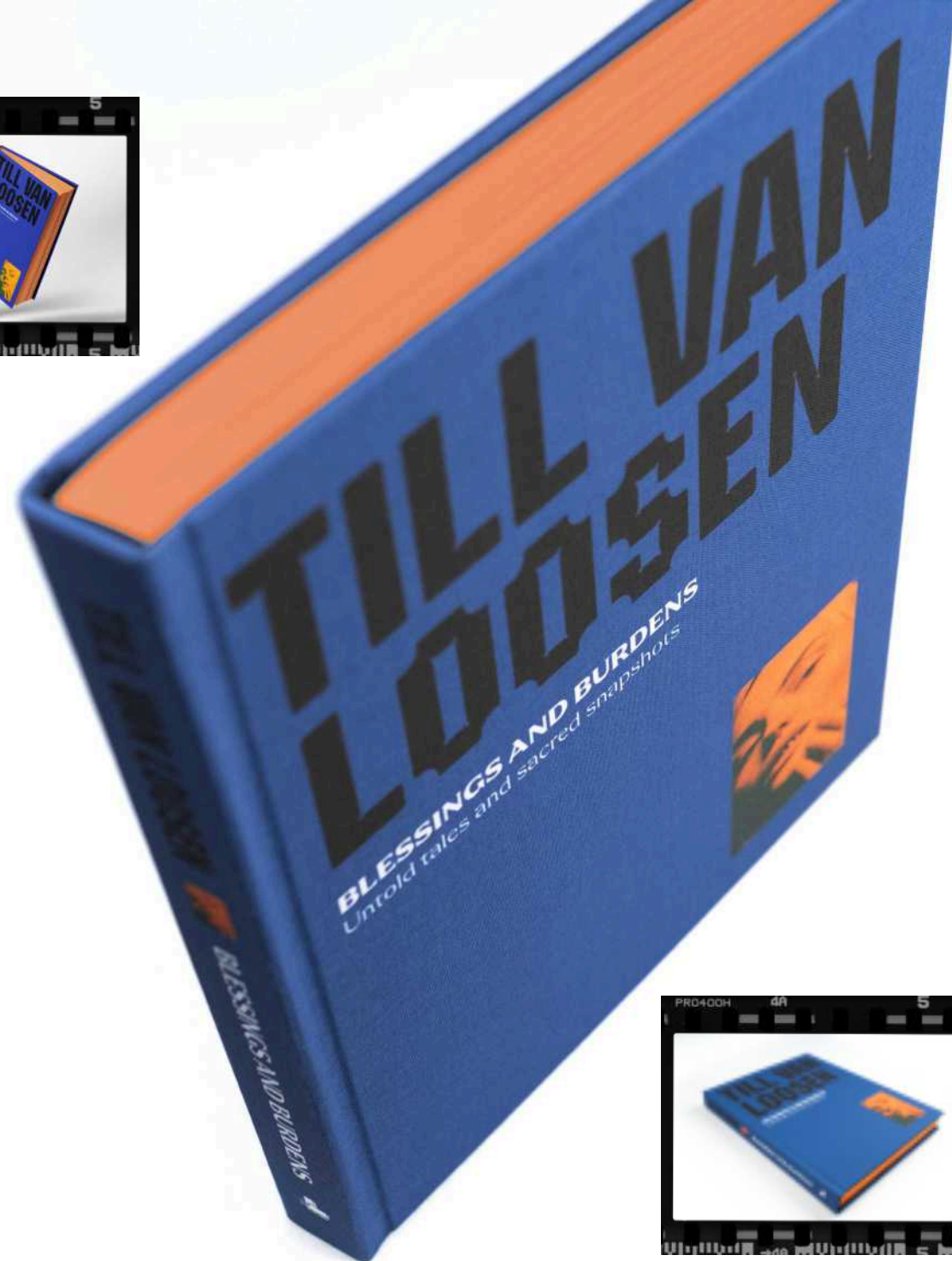
Art Direction & Creative Production



"BEST OF" PROJECT SELECTION

(2011 - 2024)

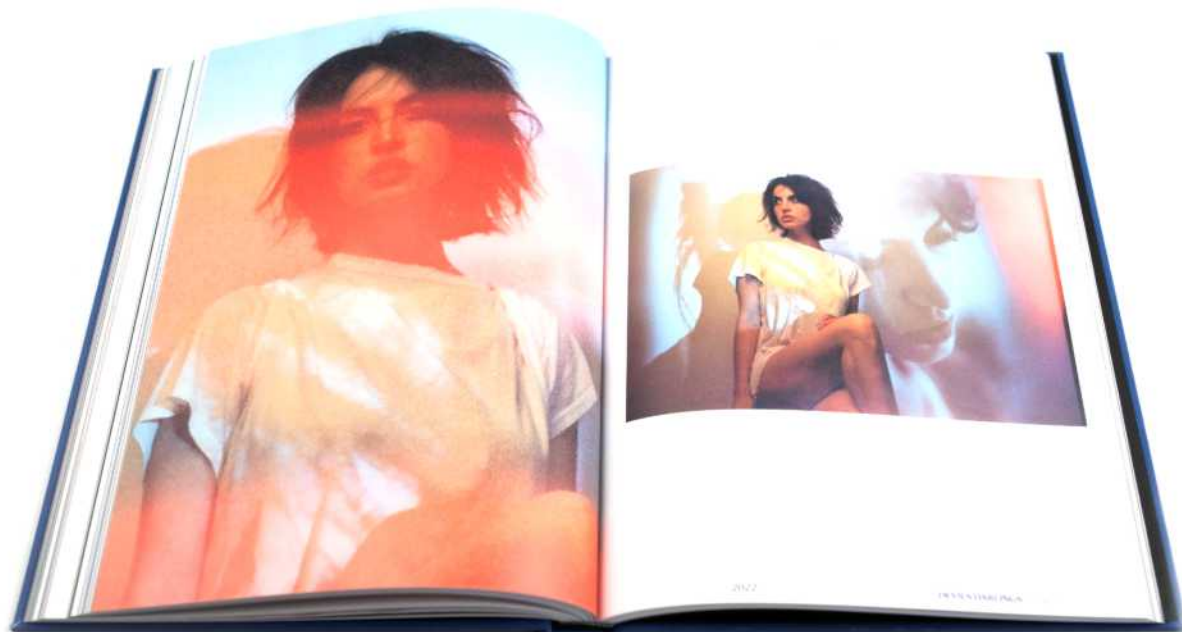
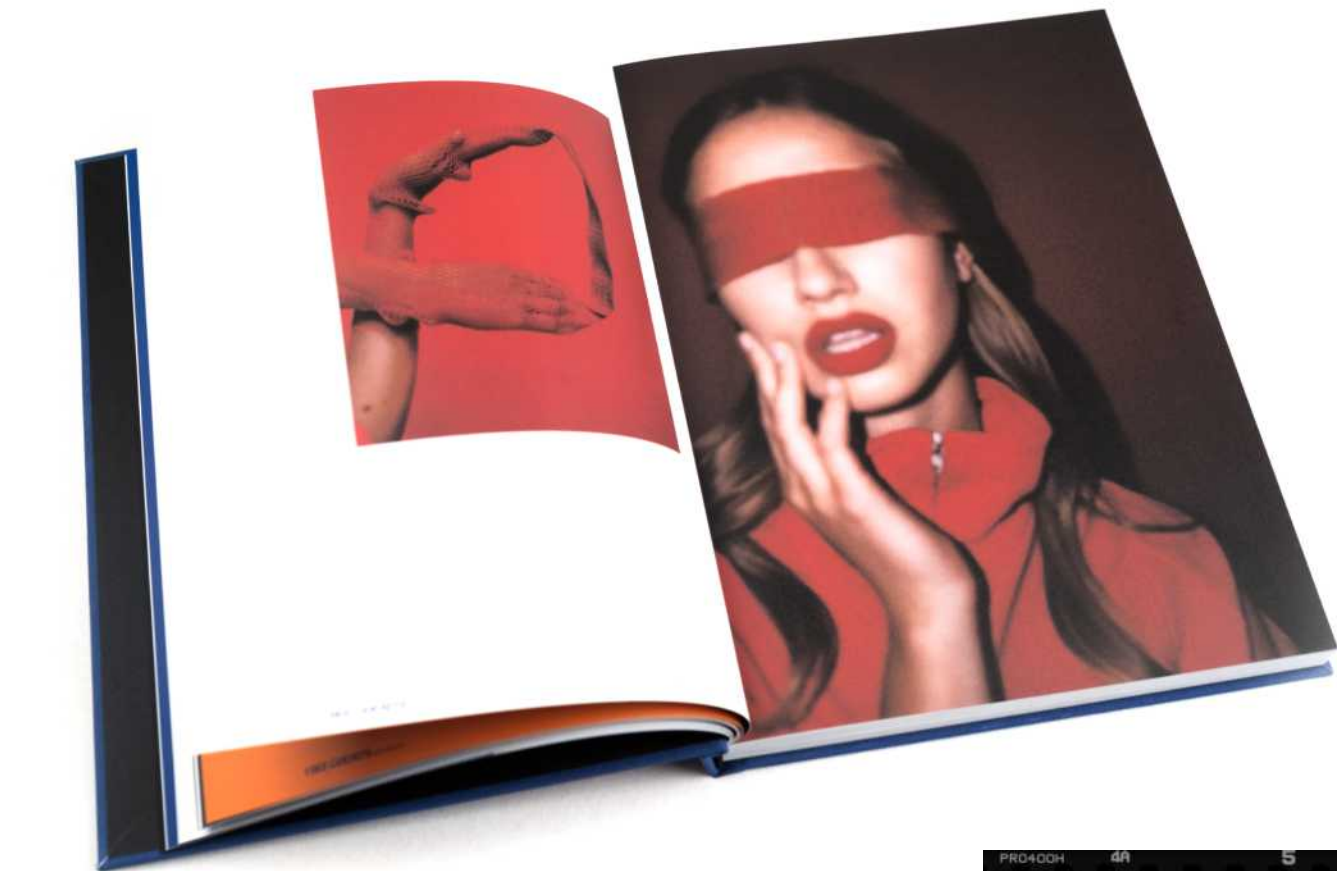




YEAR: 23/24 ▪ WORK: Co/Concept & Art Direction
CLIENT: Till van Loosen ▪ DETAILS: All photos by TVL

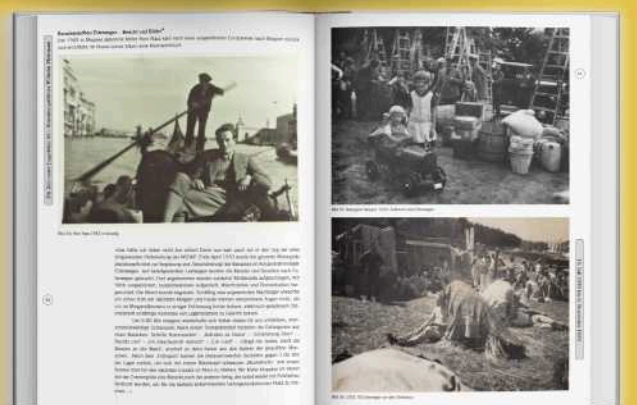
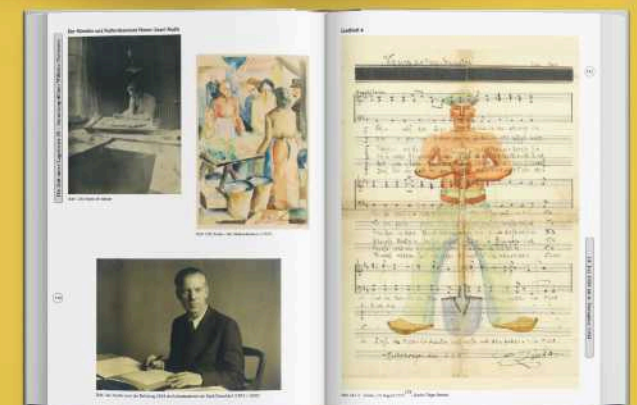
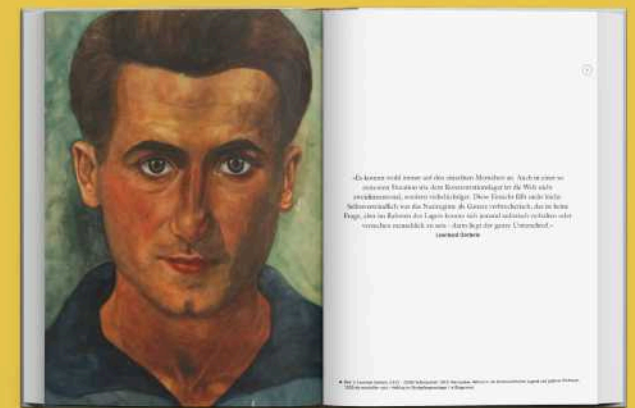
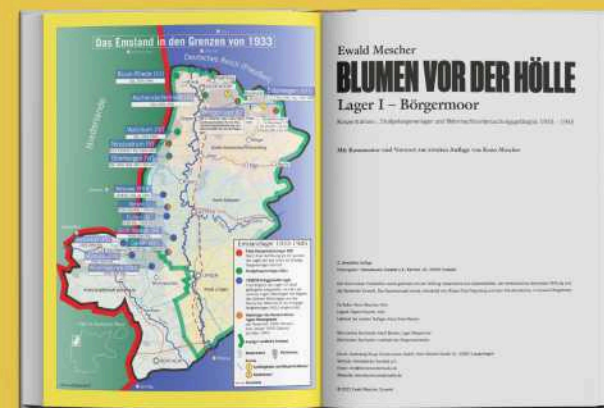
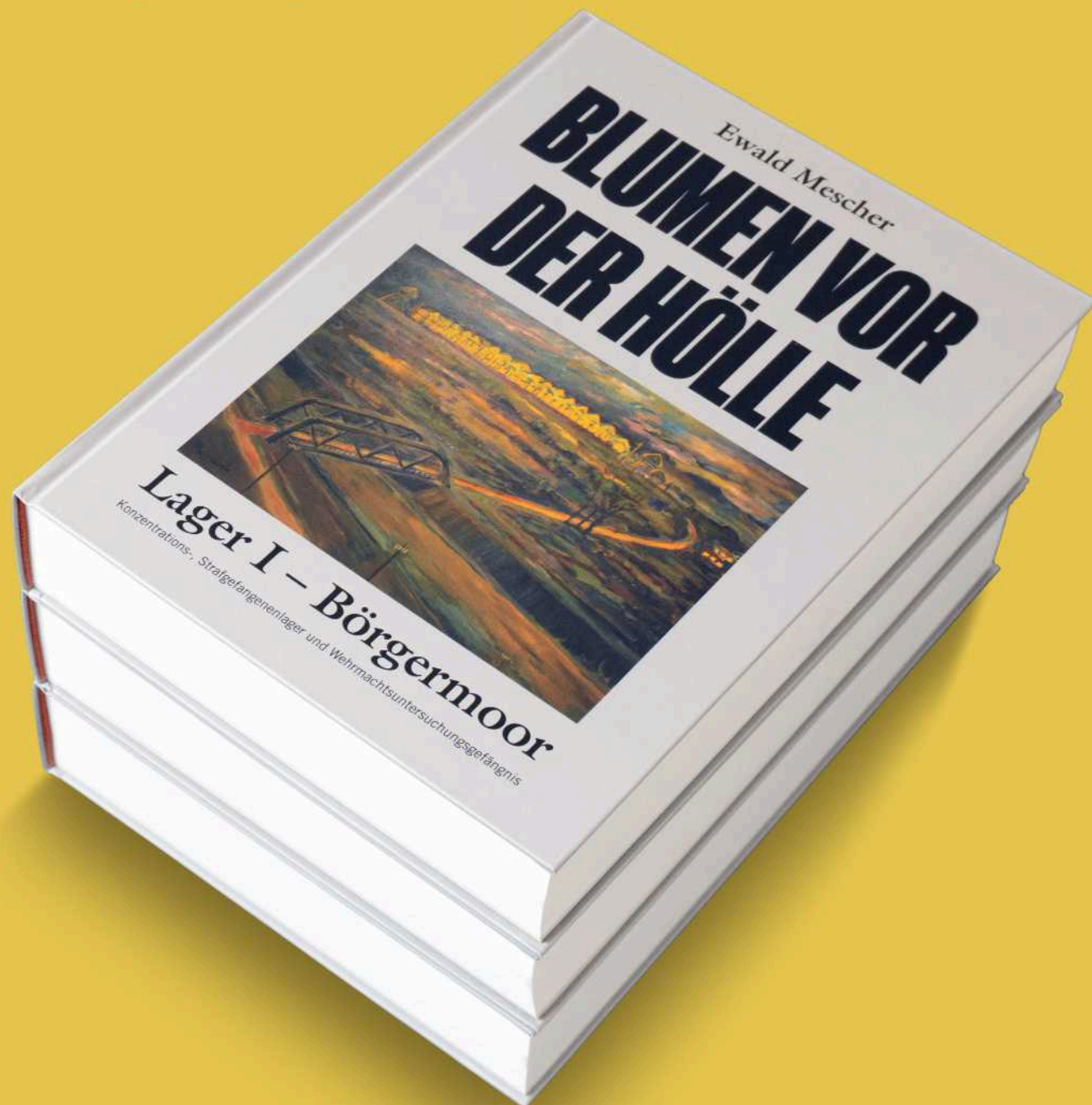
Dass Till van Loosen ein heimlicher Lieblingsfotograf vieler subkultureller Fotografen ist, hatte ich über die Jahre immer mal wieder gehört. Im Zuge meiner Managementtätigkeit liefen wir uns öfter über den Weg und fanden uns vom Fleck weg sympathisch. 2022 fragte er mich, ob ich Lust hätte, seine erste Werkschau im Buchformat zu kuratieren und gestalten. Anfang 2023 starteten wir das Projekt "Holy Shit". Durch dutzende Festplatten mit einer beeindruckenden Zahl an unveröffentlichten Topshots haben wir uns seitdem gegraben, mit Eulenaugen selektiert und dabei noch gekonnt und entspannt einen Rahmenwechsel des Projektnamens konzipiert. Im Jahr 2025 wird die erste Werkschau des Van Loosen unter dem Namen "Blessings & Burdens – Untold tales and sacred snapshots" offiziell erscheinen, flankiert von mehreren Ausstellungen und einer hochwertigen Merchpalette.





YEAR: 23/24 ▪ WORK: Art Direction & Layout
CLIENT: Ewald Mescher ▪ DETAILS: Support by Keno Mescher

Für "Blumen vor der Hölle" hat der Heimatforscher Ewald Mescher gut 7 Jahre recherchiert, auf Dachböden nach verschollenen Fotos und in Abgründen diverser Archive nach unveröffentlichten Fakten rund um das Konzentrations- und Strafgefangenenlager "Lager 1" in Börgermoor gesucht. Alles zusammengefasst in Mosaikform auf gut 750 wilden Word-Seiten. Als sein Sohn, der Musikjournalist Keno Mescher, mich fragte, ob ich für das Projekt den Umschlag gestalten möchte, sagte ich sofort zu – allerdings nur für den Umschlag. Die Vorstellung, ein solches komplexes Werk komplett grafisch zu begleiten, sorgte in der ersten Vorstellung für ein innerliches „Auf gar keinen Fall!“. Aber gleichzeitig war da eine leise Stimme in mir, die sagte: „Los! Mach! Das!“. Und nach einem bewegenden Kampf mit den inneren Barrieren folgten vorallem themen- und auch layoutbedingt intensive 6 Monate – mit bis zur letzten Sekunde korrigierten und neu arrangierten Inhalten. Die erste Auflage von 300 Exemplaren (640 Seiten mit über 700 Abbildungen, 3,5kg/Exemplar) war innerhalb von 2 Wochen ausverkauft. Seit April 2025 gibt es auf www.blumenvorderhoelle.de eine hochwertige Zweitauflage.





Ewald Mescher
BLUMEN VOR DER HÖLLE

»Es kommt wohl immer auf den einzelnen Menschen an. Auch in einer so extremen Situation wie dem Konzentrationslager ist die Welt nicht zweidimensional, sondern vielschichtiger. Diese Einsicht fällt nicht leicht. Selbstverständlich war das Naziregime als Ganzes verbrecherisch, das ist keine Frage, aber im Rahmen des Lagers konnte sich jemand sadistisch verhalten oder versuchen menschlich zu sein - darin liegt der ganze Unterschied.«

Leonhard Oesterle

»Dieses Buch ist ein Mosaik. Eine kommentierte Sammlung auf 640 Seiten mit Erfahrungsberichten und über 700 Dokumenten und Bildern über den Betrieb des Lagers I in Börgermoor, einem kleinen Dorf im Nordwesten Deutschlands. Es gehörte zu den ersten Konzentrationslagern der Nazi-Zeit. Hier ist das »Moorsoldatenlied« entstanden, das wahrscheinlich populärste deutschsprachige Widerstandslied.



Insbesondere handelt »Blumen vor der Hölle« von sozialem Verhalten in einem de facto nahezu rechtsfreien Raum. Neben Aufbau und Betrieb des Lagers geht es auch um die Vorgeschichte und die Erinnerungs- bzw. Verdrängungskultur in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg.«

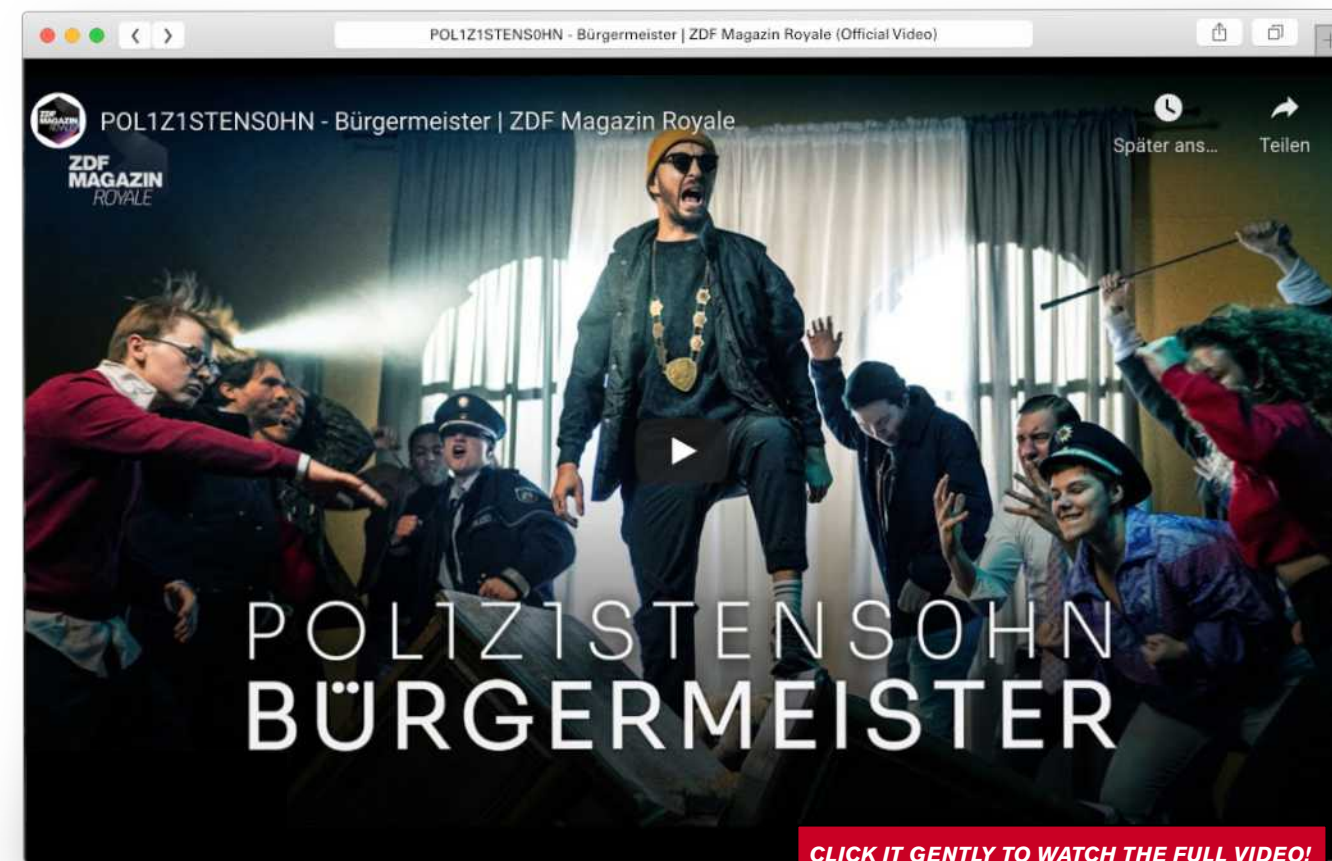
Keno Mescher





YEAR: 2020 ▪ **WORK:** Co/Creative Production & Screenwriting (for We Own You GmbH) ▪ **CLIENT:** Jan Böhmermann & UFE
DETAILS: BTS material by Alexander Basile

Herr Böhmermann beauftragte per Eilauftrag die WE OWN YOU Agency, den Abschluss seiner POL1ZISTENSOHN-Reihe zu verfilmen. Als Screenwriter skizzierte ich die komplizierte, politische Thematik des Textes in pompösen Bildern. Es gab zwölf Tage Zeit für Konzeption, Aufbau, Dreh und Postproduktion - mit einem Top Team im Kampfmodus und einem Haftbefehl in der Tasche schafften wir es. Die Produktion erntete ratzfatz die erste Million YouTube-Clicks und gutes Feedback in den Kommentaren der einschlägigen Plattformen. Was für ein spektakuläres Finale des schwierigen Jahres 2020...



YEAR: 2018/19 ▪ WORK: Art Direction & Creative Production

CLIENT: Styleheads Music & Four Music

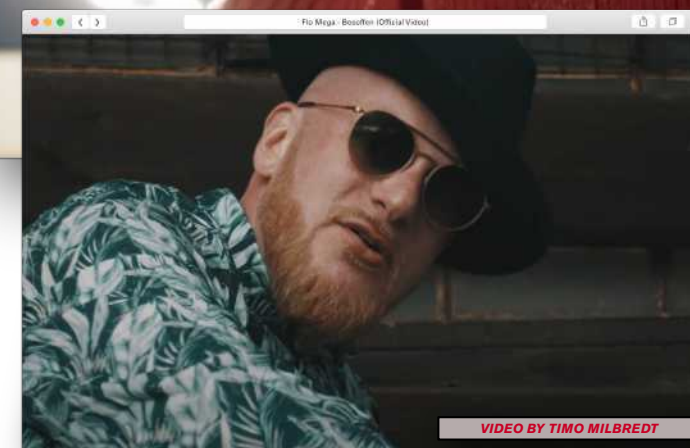
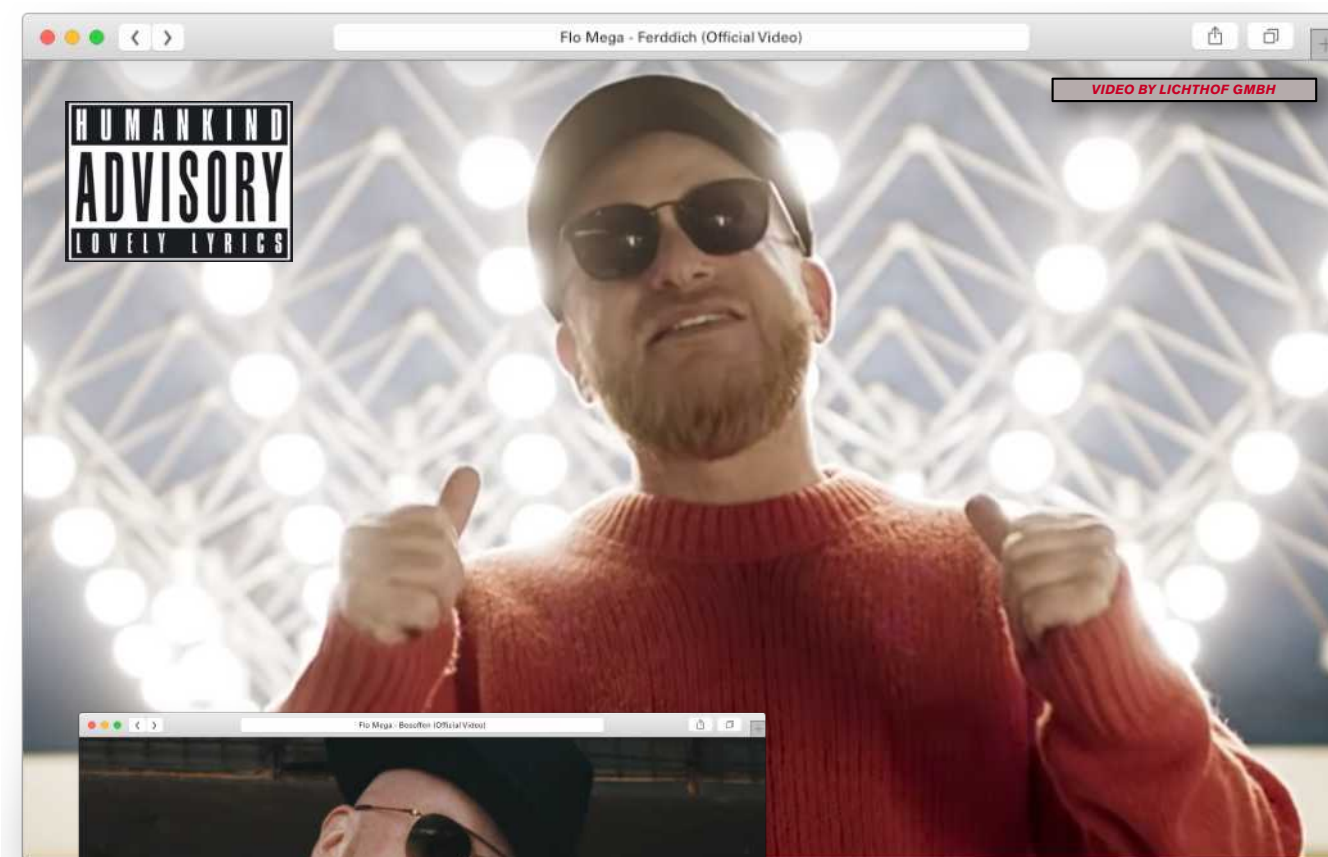
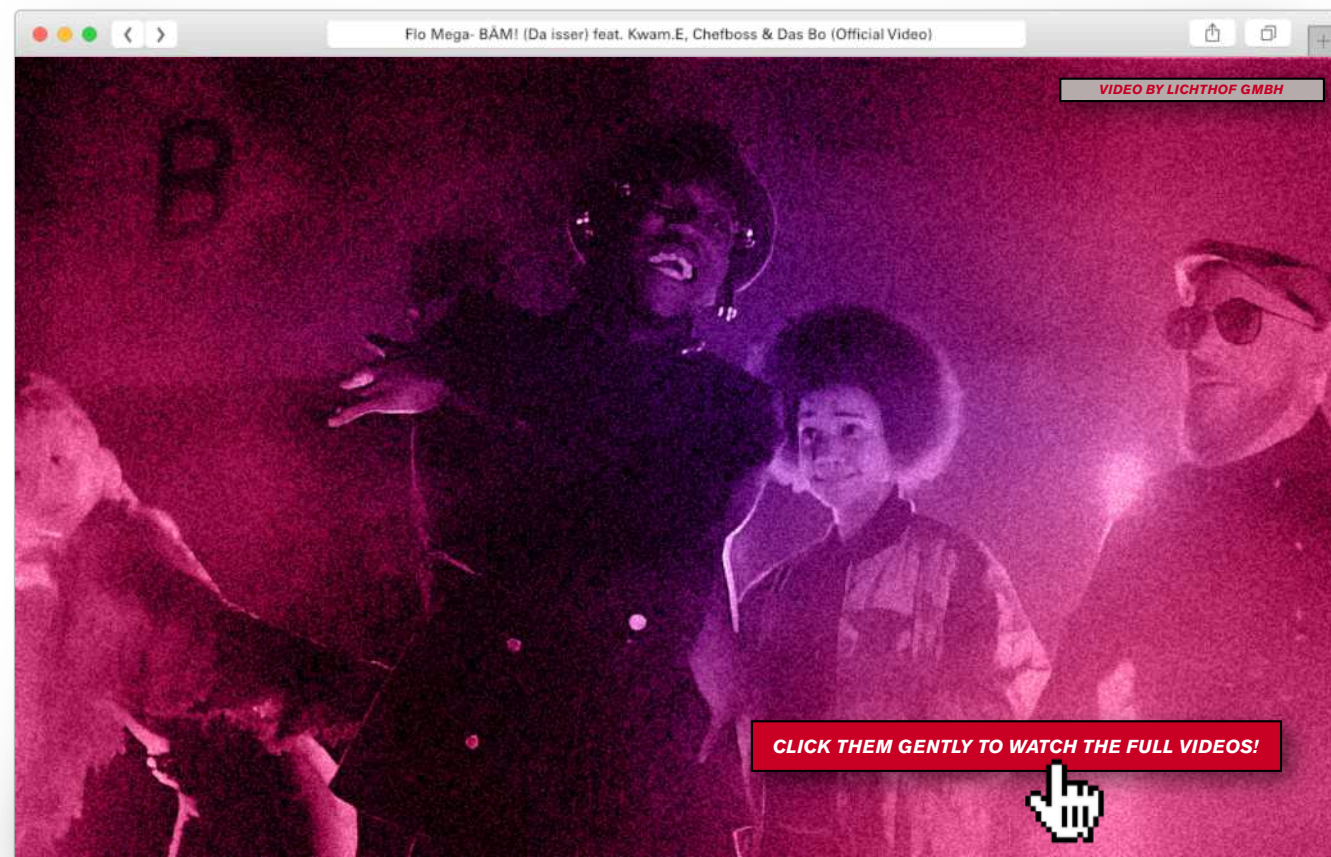
DETAILS: Cover Photos by Florian von Besser

Der Abschluss der Flo Mega Album Trilogie und einer langen gemeinsamen Reise. Nach einer Neufindungsphase, der so genannten Megamorphose, wollte Flo Mega mit dem Album "BÄMS!" sein Publikum verjüngen und soundtechnisch durch digitale Produktionen mit tanzbaren 80er Vibes und zeitgeistigen Songstrukturen in der Neuzeit ankommen. Um in der Welt der Playlistenminiaturquadrate aufzufallen, wurde es designtechnisch schriller und schärfer. Für die drei Singles arbeiteten wir mit knalligen Farbflächen und metaphorischen Pixel-Emojis. Einen Kontrast bildete das stoische Coverfoto in meditativer Pose: die Ruhe vor dem Knall! Die Kampagne startet mit einem zärtlich starken Auftritt bei "Inas Nacht", wo Flo den Hit "Ferddich" herrlich offen und mitreissend performte. Kurz bevor das Album im Rahmen der offiziellen Jubiläumstour der Fantastischen Vier die Arenen Deutschlands stürmen sollte, kam uns das C19 Virus in die Quere.

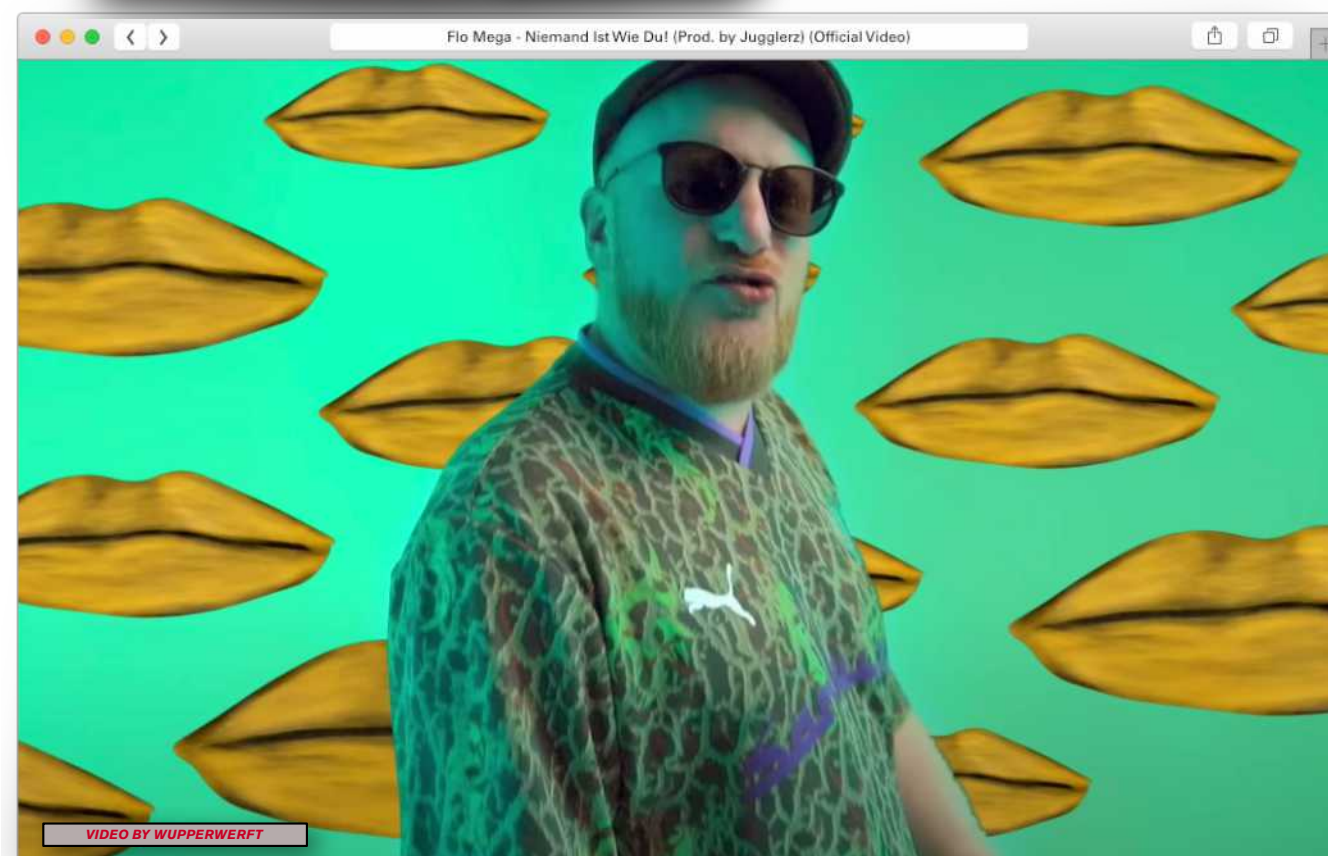


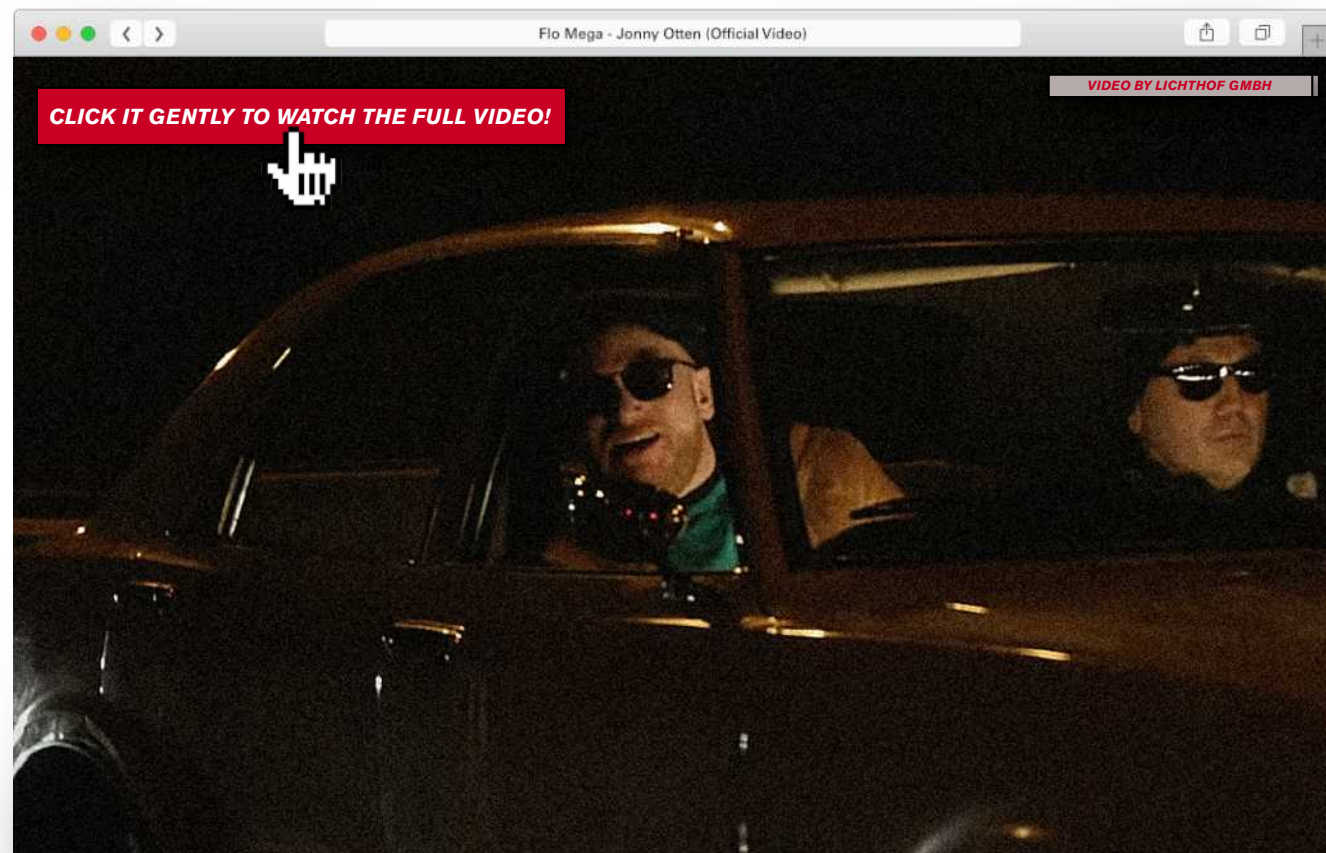
ALBUM INFO TEXT BY SÖNKE BUSCH

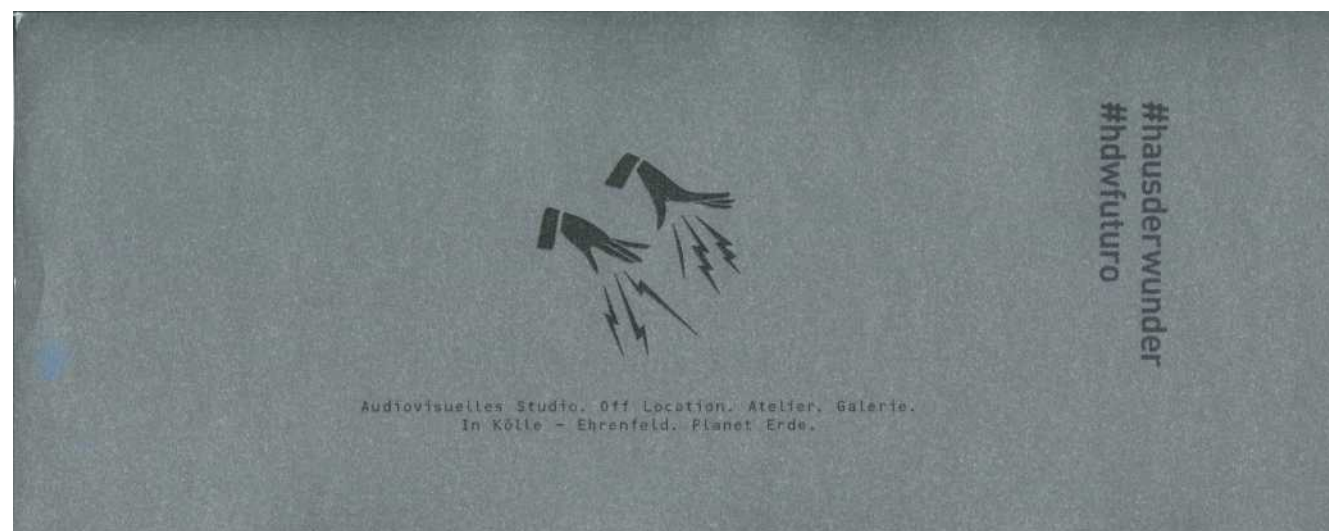




CLICK THEM GENTLY TO WATCH THE FULL VIDEOS!







YEAR: 2014 – 2019 ▪ WORK: Creative Production & Event Management ▪ DETAILS: Photos by Mirko Polo & Team HDW

„Ich hab ein Haus, ein wunderschönes Haus...!“. In der Zeit 2014 bis 2019 kümmerte ich mich neben meiner Tätigkeit im Musikmanagement die Ehrenfelder Off Location “Haus der Wunder” – ein Ort für intime Veranstaltungen, Ausstellungen und kreative Interaktionen aller Art, flankiert von ausgewählten Untermietern aus den Bereichen Design, Foto- und Filmproduktionsbüros und später ein Guerilla Restaurant. Intime Events und Produktionen mit Firmen wie Telekom, Constantin Entertainment GmbH, Onygo, Snipes, Groove Attack Distribution, Nike, Club Bahnhof Ehrenfeld und dem Künstler Alex Isakov waren Highlights dieser fünf bewegten Jahre.

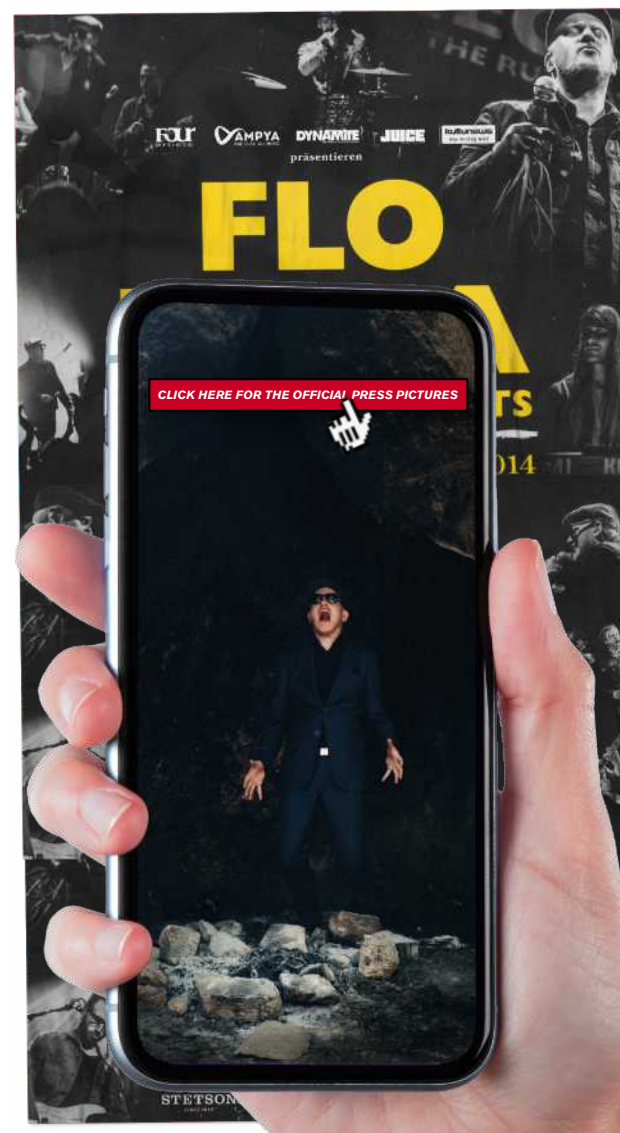


YEAR: 2013 – 2016 ▪ WORK: Art Direction & Design
 CLIENT: Ginger Cat ▪ DETAILS: Cooperation w/ P. Charghi



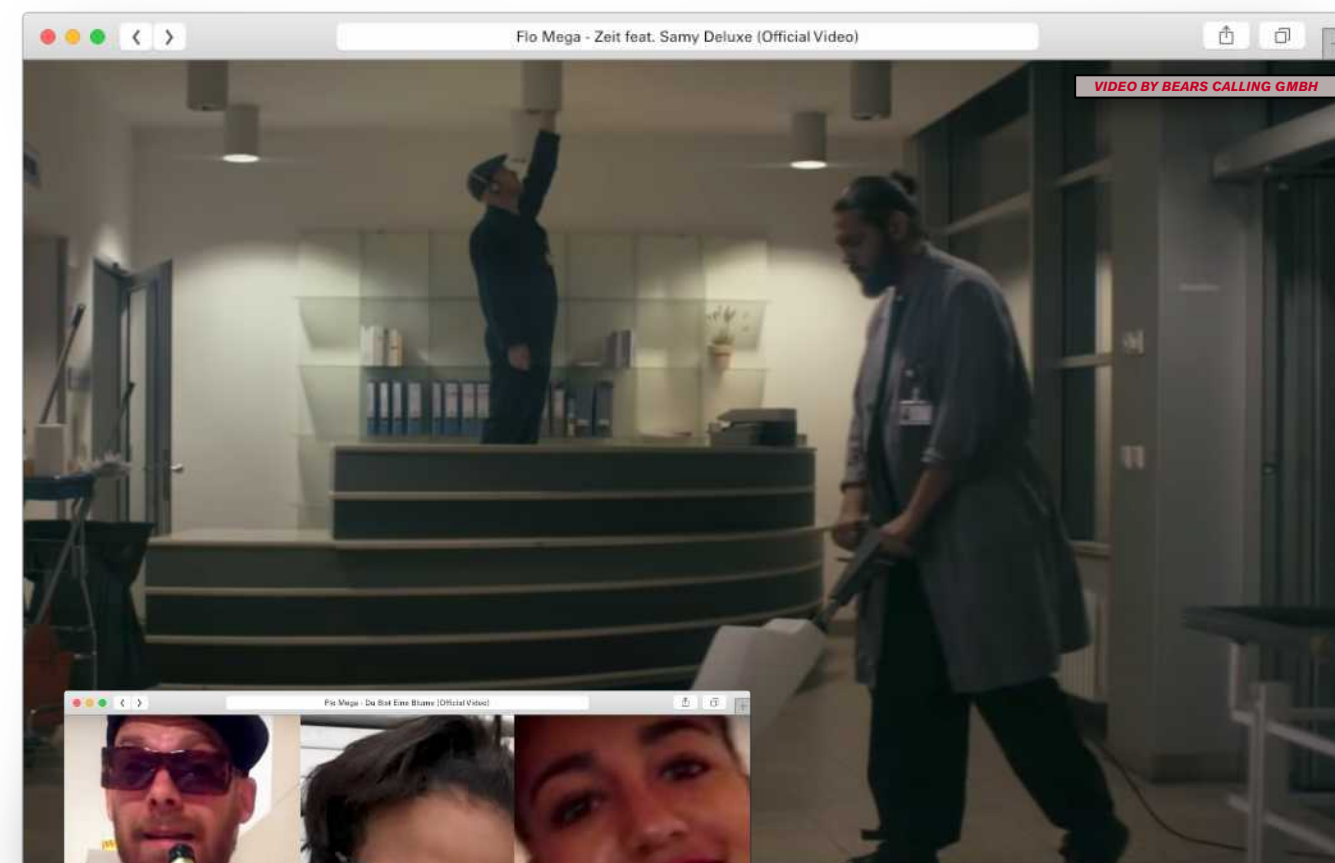
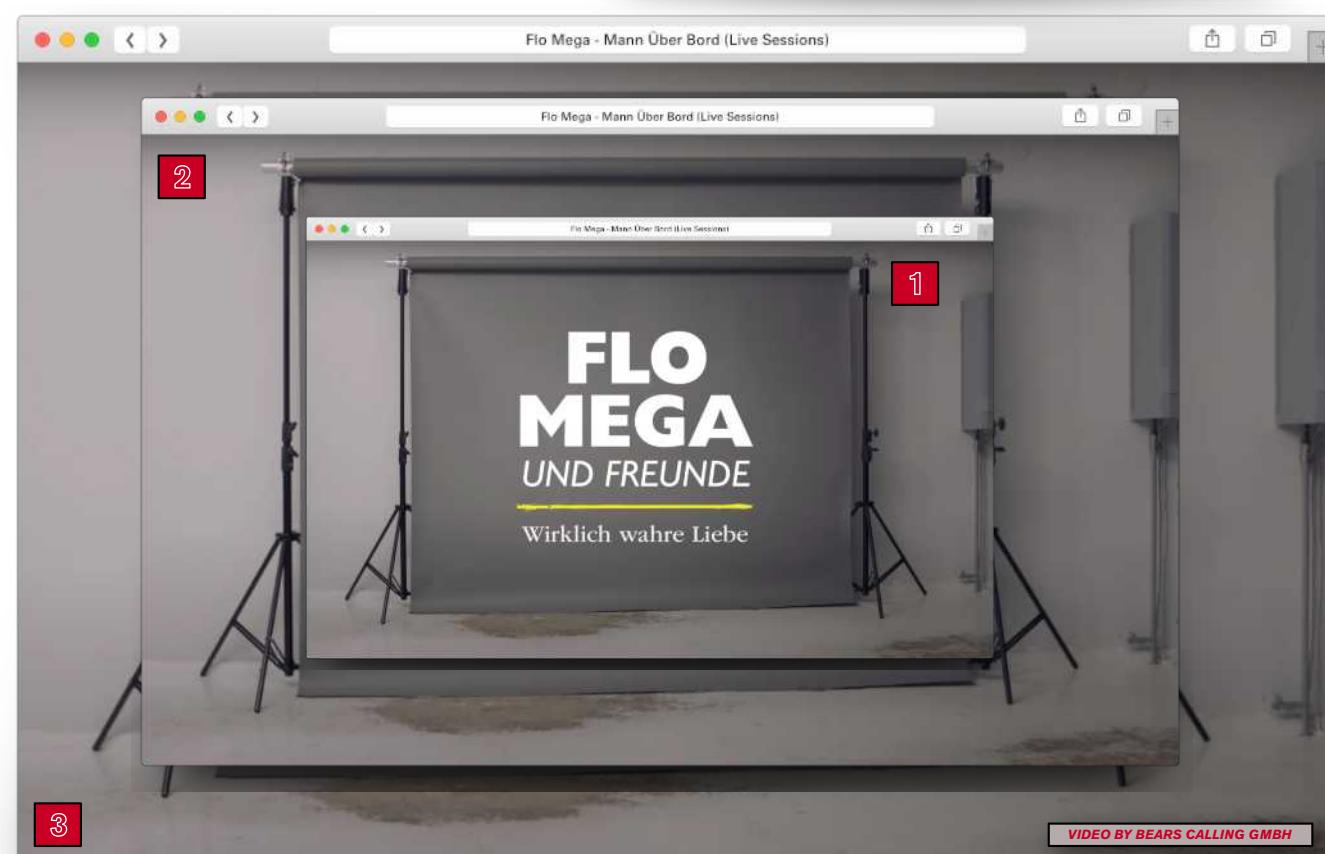
YEAR: 2014 ▪ **WORK:** Art Direction & Creative Production
CLIENT: Styleheads Music & Four Music ▪ **DETAILS:** Press
 photos by Robert Winter. Illustrations by Yassin Kodat

Das schwierige zweite Album. Das letzte Release vor dem Aufstieg der Streamingriesen und der Jagd nach kuratierten Playlists. Flo arbeitete zusammen mit Kraans de Lutin und den Ruffcats das Nachfolgeralbum „Mann über Bord“ aus sich heraus, eine intensive Produktionsphase im arschkalten Berliner Winter. Mit dem Budget eines Majorlabels in der Tasche flogen wir in die Wärme der mythisch aufgeladenen Stadt Olympos (Türkei). Dort drehten wir einen Kurzfilm zur LP (s. S. 33), in dem Flo metaphorisch seine aufreibenden Erlebnisse zwischen den beiden Alben skizzierte. Das Coverfoto malte der Künstler Yassin Kodat vor Ort in Öl, im Stil alter Seemannsgemälde, und Silan Bekjarov würzte das Ganze mit dezenten Airbrush-Elementen. Heraus kam eine Bildwelt, tiefblau wie das Album. Flankiert wurde die LP von drei aufwendigen Videos, produziert von dem Team „Bears Calling“, mit Jan Böhmermann als Darsteller und Features wie u.a. Samy Deluxe.

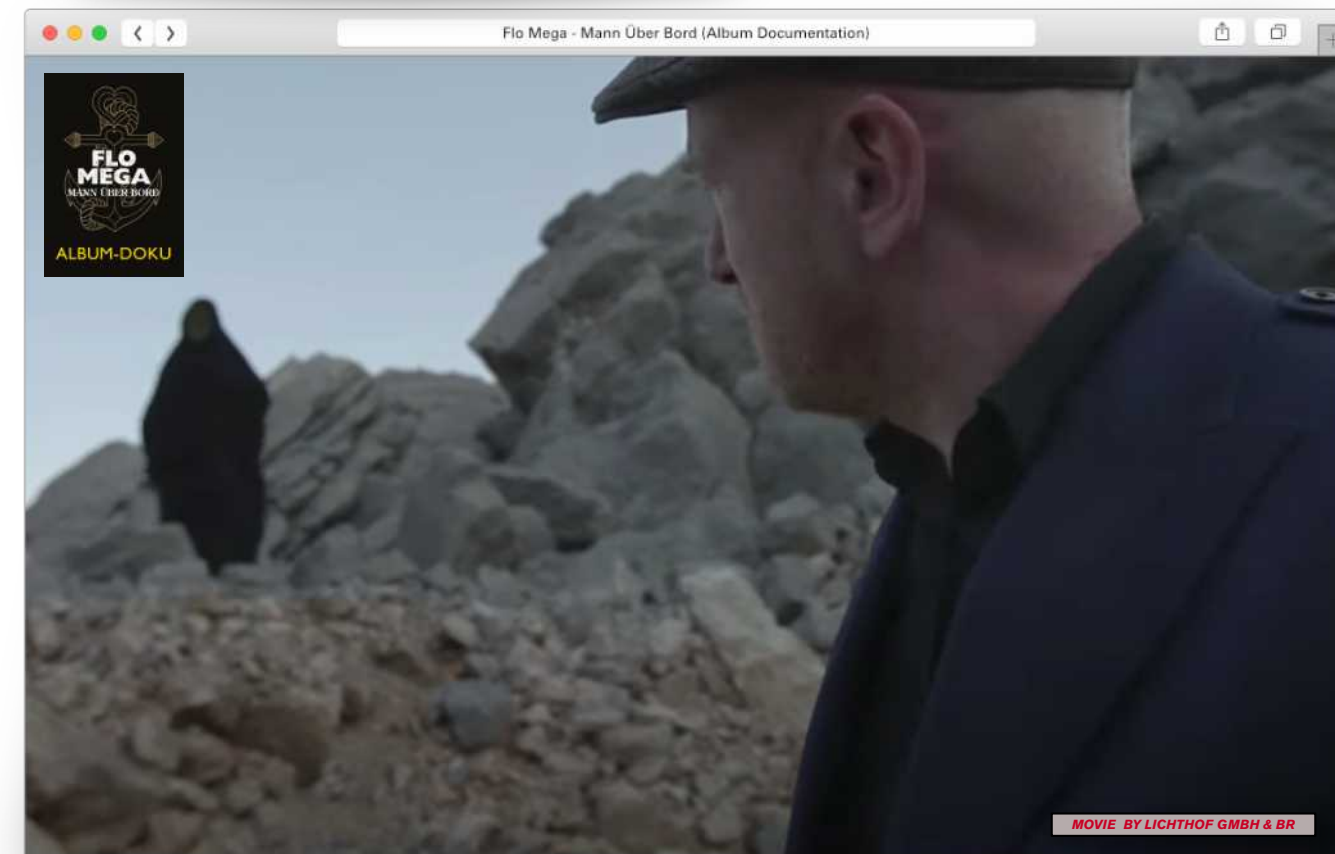




CLICK THEM GENTLY TO WATCH THE FULL VIDEOS!



CLICK THEM GENTLY TO WATCH THE FULL VIDEOS!



YEAR: 2011 ▪ **WORK:** Art Direction & Creative Production
CLIENT: Styleheads Music & Four Music ▪ **DETAILS:** Photos by Robert Winter. Logo & DWWD sticker illustration by P. Charghi

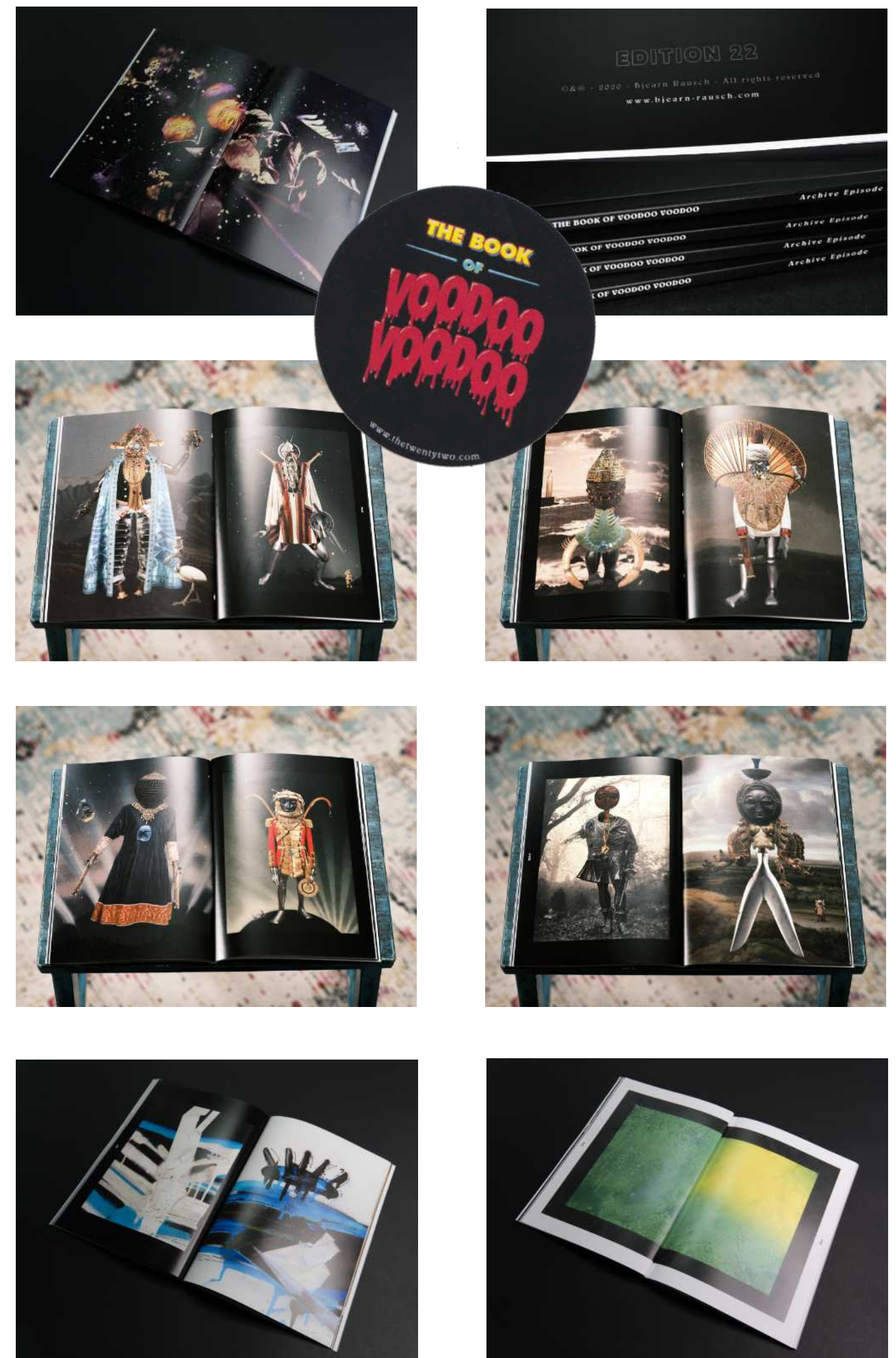
Und dann ging alles sehr schnell. Ich saß in einer Vorlesung der KISD, mein Telefon klingelte. Die Agentur Styleheads teilte mir mit, Four Music wolle Flo unter Vertrag nehmen und ich solle asap nach Berlin kommen. Gesagt, getan. Es folgten aufregende Monate, in denen wir das Debütalbum "Die wirklich wahren Dinge" aufnahmen; im Hochsommer 2011 zusammen mit Kraans de Lutin und der Berliner Band "The Ruffcats" bei Sven Peks in der Audiolodge zu Würzburg und in einer Nordberliner Datscha. Als Artist Manager begleitete ich die analogen Studioaufnahmen, Shootings und Drehs, als Art Director übersetzte ich die Musik mit einem ausgewählten Team in eine minimalistische und zeitlose Bildwelt. Einen Tag vor dem Release des Albums landete Flo beim Bundesvision Songcontest 2011 (ProSieben, mit Stefan Raab) einen Coup und auf dem 2. Platz. Ein echter Sieger der Herzen, ein guter Schub für das Album und ein Einstieg wie aus dem Bilderbuch. Ein wilder Ritt durch die deutsche Musiklandschaft begann.





YEAR: 2020 ▪ WORK: Editorial Design & Artworks
DETAILS: Photos of the creature pages by thckpxls

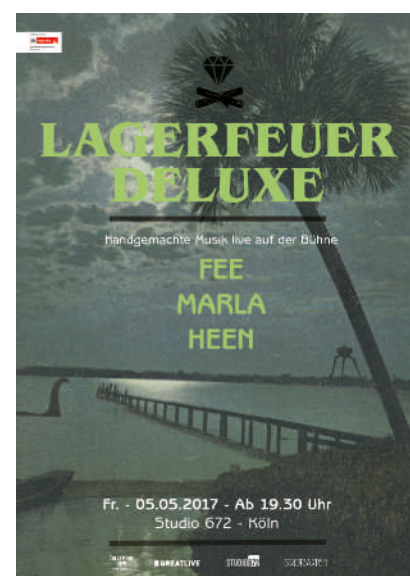
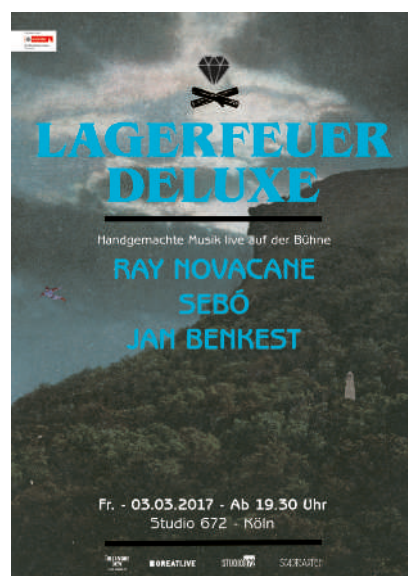
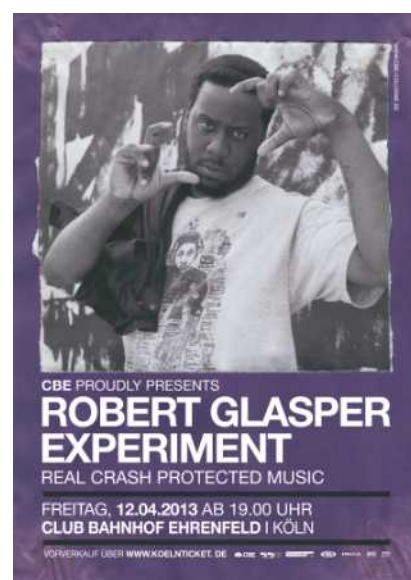
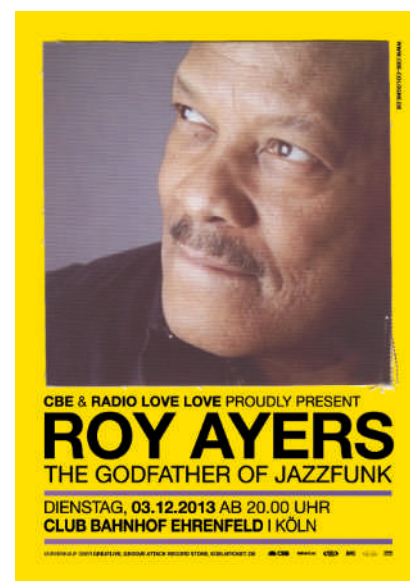
Im ersten Lockdown beschäftigte ich mich mit den visuellen Studien, freien Artworks und Bildern, die ich über die Jahre mit verschiedenen Druck- und Gestaltungstechniken produziert hatte. Ein heilsamer Prozess, denn in all der Zeit hatte ich mich vorrangig für die Werke andere/r Künstler*innen eingesetzt. Der Werkkatalog "The Book of Voodoo Voodoo" erschien in einer hochwertigen Kleinauflage – befeuerte meinen Vorsatz, zukünftige Projekte weniger via Instagram & Co. zu veröffentlichen, sondern auf konzentrierte Alben, Hefte, Bücher und Newsletter (digital & analog) zu setzen, um die Wertigkeit der Arbeiten zu unterstützen und frische narrative Ansätze zu finden.



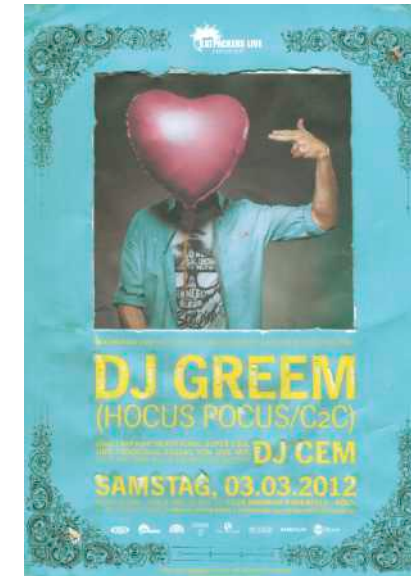
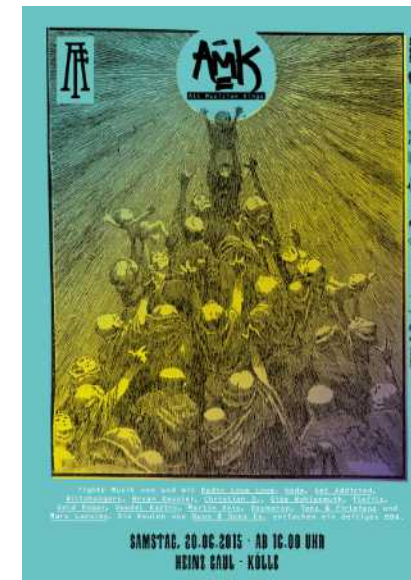
YEAR: 2011 – 2021 ▪ WORK: Art Direction & Design
 CLIENT: Melting Pot Music, Jakarta Rec. & Légère Recordings
 DETAILS: The Ruffcats Logo A von P. Charghi. B von Krashkid

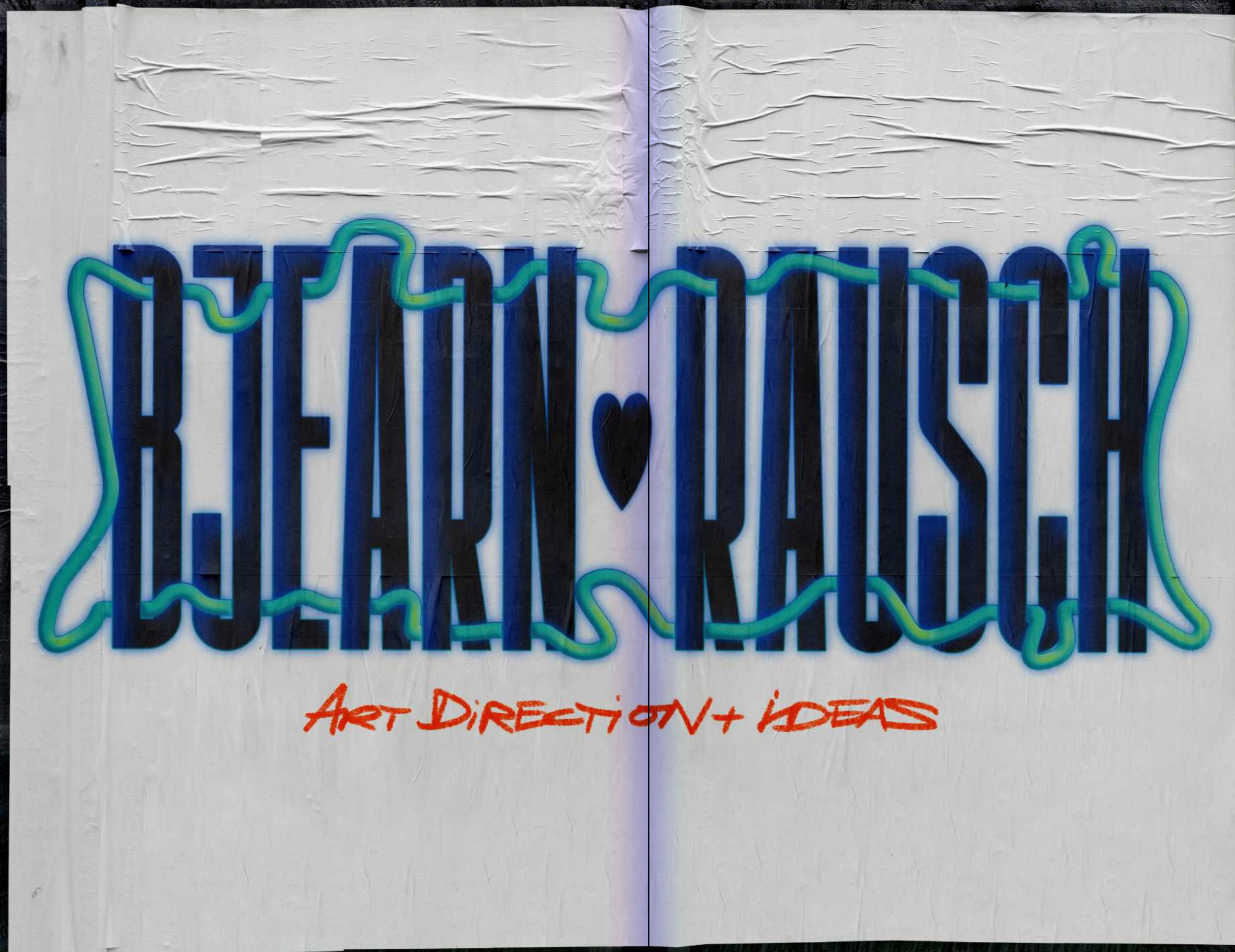


YEAR: 2010 – 2017 ▪ **WORK:** Art Direction & Design
CLIENT: Club Bahnhof Ehrenfeld & Lagerfeuer Deluxe
DETAILS CBE: Cooperation w/ P. Charghi



YEAR: 2010 – 2018 ▪ **WORK:** Art Direction & Design
CLIENT: Beatpackers, Play! & Arty Farty Gallery
DETAILS: All designs done with analog FX







LEBENS LAUF

01.08.1997 bis 09.07.1999	qualif. Realschul-Abschluss @ Schulzentrum West (Delmenhorst)
16.07.1999 bis 14.06.2001	Fachabitur@ Fachoberschule für Gestaltung (Bremen, Huchting)
05.06.2001 bis 31.03.2002	Zivildienst @ MALTESER HILFSDIENST (Delmenhorst)
13.08.2003 bis 23.04.2004	Studium @ SAE KÖLN (Mediendesign)
01.04.2005 bis 31.03.2006	Studium @ Akademie für Gestaltung - Ecosign (Köln)
01.09.2007 bis 31.12.2010	Studium @ KISD - Schwerpunkt Grafik-Design (Köln)
01.08.2008 bis 31.12.2010	Produktmanager @ MELTING POT MUSIC (Köln)
01.01.2011 bis 30.09.2020	Artist Manager & Art Director @ FLO MEGA (Köln)
01.08.2014 bis 31.01.2019	Creative Producer @ HAUS DER WUNDER (Köln)
01.01.2011 bis 30.09.2020	Freier Art Director & Creative Producer
01.10.2020 bis 31.05.2021	Creative Producer @ WE OWN YOU AGENCY (Köln)
01.06.2021 bis 01.05.2025	Freier Art Director & Creative Producer

Sprachkenntnisse
Softwarekenntnisse

Deutsch (Muttersprache), Englisch (Verhandlungssicher)
Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Lightroom,
Affinity Suite, Figma, Office Suite & Apple iWork.

Technikkenntnisse

Nomad Sculpt, Wordpress, Mailchimp, Prompting via ChatGPT,
DALL-E & Midjourney, Grundwissen html



BIOGRAFIE

Meine Reise auf dem Planeten Erde begann am 22 Juli, 1980, in Delmenhorst (GER) - der kleinen Arbeiterstadt mit dem, sagen wir: besonderen Ruf. Es folgte ein vierjähriger Zwischenstopp in Toulouse (FRA) und danach eine relativ entspannte Jugend im Norden der Republik. 1994/95, dem zweiten Frühling der deutschen HipHop Kultur, schockverliebte mich in die musikalische und künstlerische Seite der Szene, organisierte HipHop Events und gestaltete eigene Artworks.

Nebenher genehmigte ich mir eine aufregende, schulische Achterbahnfahrt, an deren Ende mir ein Zeugnis der legendären Fachoberschule für Gestaltung in Bremen Huchting ausgehändigt wurde. Nach dem Zivildienst zog ich 2003 adhoc in die Domstadt Köln. Auch dort veranstaltete ich diverse Events, verdiente mir meine Miete beim Kölner Label Melting Pot Music und die Verpflegung als Tourmanager des Kölner Comedy-Formats "NightWash".

Meine gestalterischen Fähigkeiten vertiefte ich in verschiedenen Studiengängen an der SAE, der Ecosign und der KISD. Bevor es zu einem offiziellen Studienabschluss kam, spielte mir das Schicksal die Option zu, professionell in die weite Welt der Musikindustrie einzusteigen. Ich begann mit dem Bremer Ausnahme-künstler Flo Mega zu arbeiten und dealte zügig einen Majorplattenvertrag bei den Berliner Labels Styleheads Music und Four Music (Sony Music) ein.

Von 2009 bis 2020 engagierte ich mich vor allem im Künstlermanagement von Mr. Mega. Neben organisatorischen und strategischen Aufgaben (in Kooperation mit meiner Kollegin Angela Kamara) übernahm ich die Rolle des Art Directors und begleitete die intensiven künstlerischen Prozesse. Die Zu-

sammenarbeit und Kollaborationen mit Labels, Bookingagenturen, Mode- & Technikbrands und die unfassbar talentierten Musiker*innen, die über die Jahre unseren Weg kreuzten, lieferten wunderbare Szenen für den Erfahrungsschatz.

Synchron zu der Managementarbeit agierte ich von 2014 bis 2019 als Creative Director der Ehrenfelder Off Location "Haus der Wunder", in dem Events für Unternehmen wie u.a. Telekom, Snipes und ONYGO ausgerichtet wurden. Das #HDW diente auch als Heimat für diverse Grafik- & Filmproduktionen, Fotografen*innen, Musiker*innen und Künstler*innen. Pünktlich zu Beginn der Pandemie endete die langjährige Zusammenarbeit mit Flo Mega.

Von Oktober 2020 bis Ende Mai 2021 heuerte ich in stürmischen Zeiten bei der Kölner WE OWN YOU Agency als Creative Producer an und arbeitete in Projekten für Jan Böhmermann, Bosch, Siemens und die Ruhrfestspiele Recklinghausen.

2021 ließ ich behutsam ausklingen und nutzte die Zeit für Reflexion, einbeinige Kniebeugen, Deep Dives in verschiedene kreative Themen und Stile und das Erlernen ausgeklügelter Origami-Falttechniken. Seit 2022 geht die Reise als unabhängiger Art Director und Creative Producer weiter...

TO BE CONTINUED...

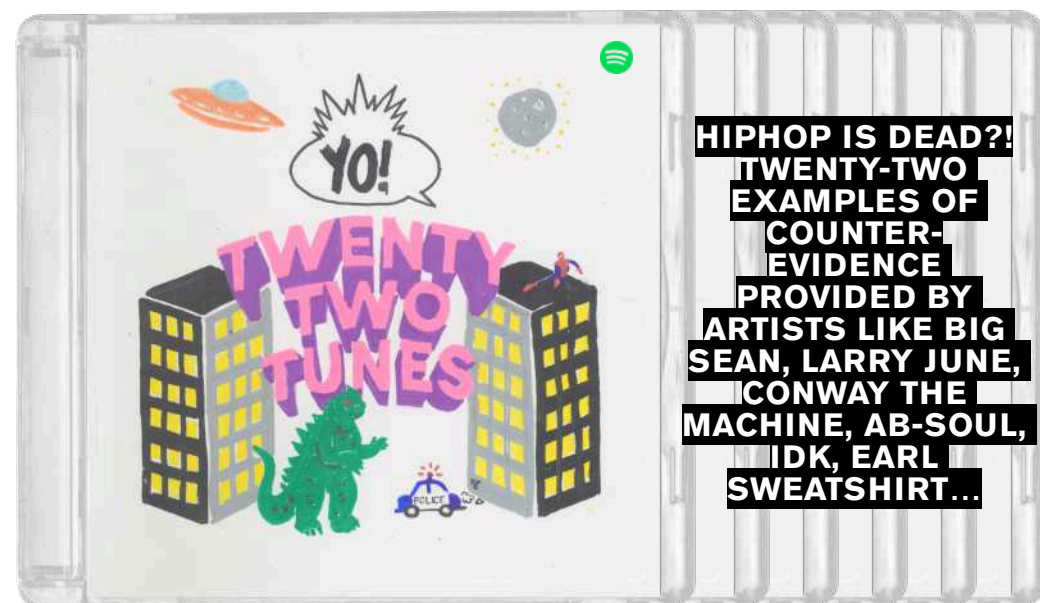
BEARN
RAUSCH





A SELECTION OF FRESH JAZZ TUNES. WHERE THE NEW CATS MEET THE OGS. SMOOTH, OPERATOR! VIBE, OPERATOR!

CLICK GENTLY TO LISTEN TO THE PLAYLISTS!



HIPHOP IS DEAD?! TWENTY-TWO EXAMPLES OF COUNTER-EVIDENCE PROVIDED BY ARTISTS LIKE BIG SEAN, LARRY JUNE, CONWAY THE MACHINE, AB-SOUL, IDK, EARL SWEATSHIRT...



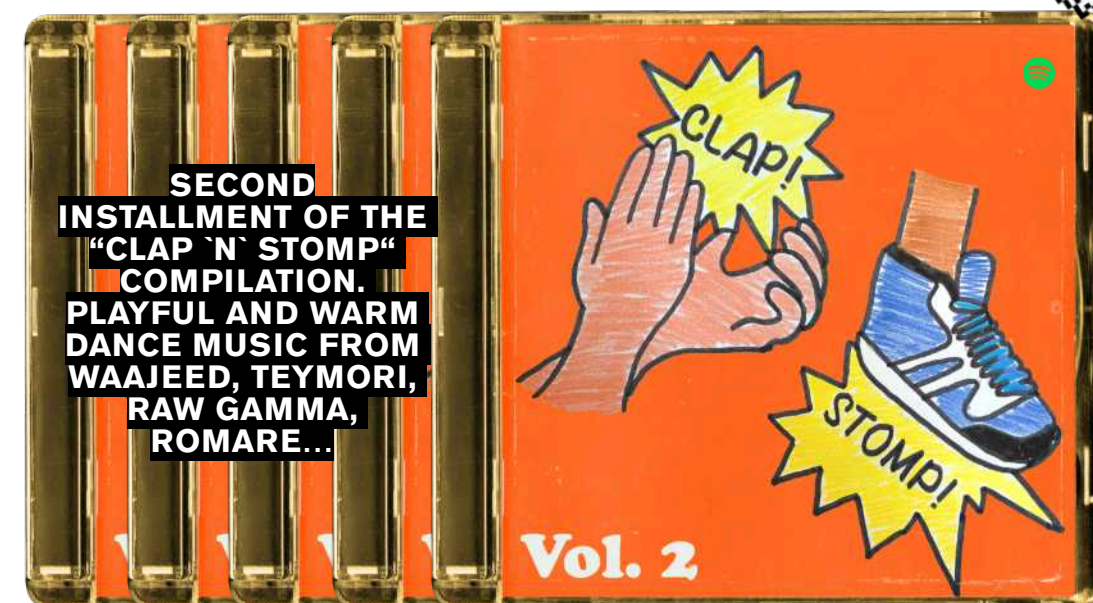
MELLOW BEATS WITH VELVETY VIBES FOR RELAXED GATHERINGS W/ THE HOMETTES & HOMIES.



FIRST INSTALLMENT OF THE "CLAP 'N' STOMP" COMPILATION. PLAYFUL AND WARM DANCE MUSIC FROM MOODYMANN, CONDUCTA, HORATIO LUNA, THEO PARRISH...

Vol. 1

CLICK GENTLY TO LISTEN TO THE PLAYLISTS!



SECOND INSTALLMENT OF THE "CLAP 'N' STOMP" COMPILATION. PLAYFUL AND WARM DANCE MUSIC FROM WAAJEED, TEYMORI, RAW GAMMA, ROMARE...

Vol. 2



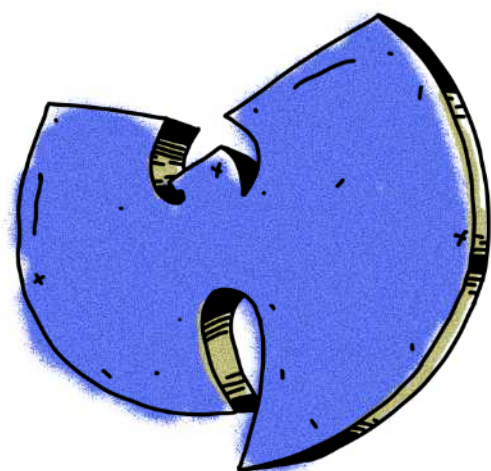
THIRD INSTALLMENT OF THE "CLAP 'N' STOMP" COMPILATION. PLAYFUL AND WARM DANCE MUSIC FROM SHEEFY MCFLY, JAYDA G, SEVEN DAVIS JR., RIC WILSON...

Vol. 3



MUSIC:

- ~ **36 Chambers** (Wu-Tang Clan)
- ~ **Maverick A Strike** (Finley Quayle)
- ~ **Black Messiah** (D'Angelo)
- ~ **Donuts** (J Dilla)
- ~ **Kind of Blue** (Miles Davis)



SERIES:



- ~ **Fargo** (SE 1 – 3)
- ~ **True Detective** (SE 1 & 3)
- ~ **Rick & Morty** (All seasons)
- ~ **Them** (SE 1 & 2)
- ~ **Andor**

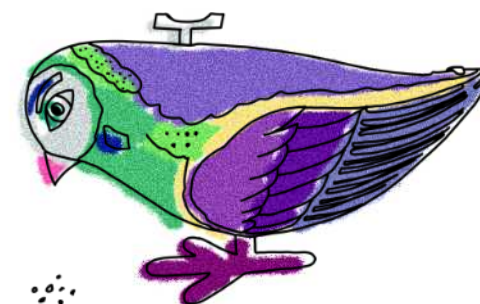
MOVIES:

- ~ **The Dark Knight** (Christopher Nolan)
- ~ **Last Black Man in San Francisco** (Joe Talbot)
- ~ **Dune** (Denis Villeneuve)
- ~ **Apocalypto** (Mel Gibson)
- ~ **Django Unchained** (Quentin Tarantino)



BOOKS:

- ~ **Mr. Aufziehvogel** (Haruki Murakami)
- ~ **Der Meister und Margarita** (Michail Bulgakow)
- ~ **Eine kurze Geschichte von sieben Morden** (Marlon James)
- ~ **60 Tage liegen** (Dennis Freischlad)
- ~ **Bomben auf Utopia** (Sönke Busch)



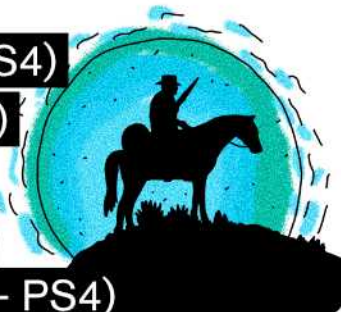
STYLES:



- ~ **Cariuma** (Schuhe)
- ~ **Ponch** (Regenjacken)
- ~ **Form & Thread** (Basic Wear)
- ~ **Unrecorded** (Basic Wear)
- ~ **Bonne Amsterdam** (Casual Suits)

GAMES:

- ~ **Red Dead Redemption 2** (Rockstar Games - PS4)
- ~ **Detroit** (Become Human) (Quantic Dreams - PS4)
- ~ **Last Of Us 2** (Naughty Dog - PS5)
- ~ **Uncharted 4: A Thief's End** (Naughty Dog - PS4)
- ~ **Ghost of Tsushima** (Sucker Punch Productions - PS4)



Zu Beginn eine ganz einfache Frage: Wer bist du?

(Lacht) Ja, herrlich. Mein bürgerlicher Name ist Björn Rausch. Im künstlerischen Kontext wurde das Ö aus ästhetischen Gründen zu einem EA. Per Zufall bin ich im Norden von Deutschland geboren und benutze dementsprechend die Begrüßungsformel „Moin“ zu jeder Tageszeit. Ich mag gute Musik. Gut im Sinne einer gewissen organischen Ästhetik, die ehrlicher Natur und bei der Entstehung mit einer gewissen Seele bespielt ist.

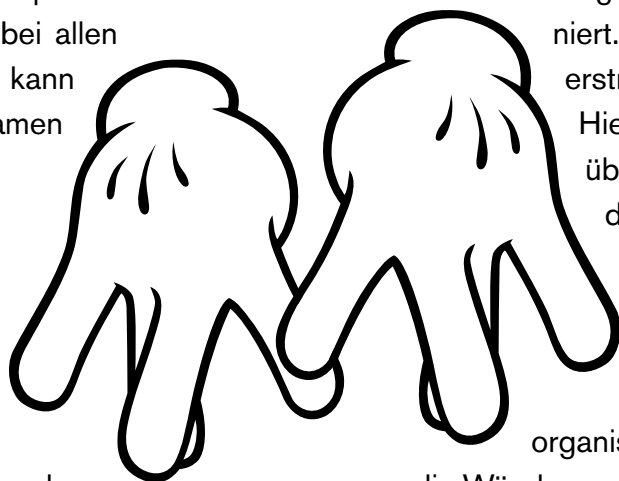
Das Gleiche gilt für mich bei allen Arten von Gestaltung. Ich kann mir schlecht auf Anhieb Namen merken, dafür Gesichter, Sounds & Gangarten. Ich mag schlechte Witze und trockene Wortspiele. Dementsprechend lache ich ab und zu gerne über mich selbst. Ich bin sehr familiär und setze mich, so sagt es mein Grundschulzeugnis, für die Belange meiner Mitmenschen ein. Probleme wälzen empfinde ich als Zeitverschwendung, Lösungen vorausschauend oder im Stile eines MacGyver zu finden, halte ich für sinnvoller. Ich bin ohne konkreten Grund kein Fan von Tocotronic und Ringelsocken und mag die Wörter Schlüpfer und Stulle nicht. Katzen finde ich zwar interessant, aber lieber aus der mittleren Distanz. Hunde nehme ich dafür zeitweise gerne huckepack. Ach, und das Weltall im Großen und Ganzen nimmt einen gewissen Teil meines Interesses ein, da man ja auch mal Abstand zu dem ganzen menschlichen Treiben braucht.

Was hat deine kreative Flamme entfacht?

Ich denke, wie viele aus meiner Generation: Die HipHop Kultur. Ich hatte das Glück, dass

meine Heimatstadt Delmenhorst Ende der 90er ein kleines HipHop-Labor war. In meiner alten Nachbarschaft liegt ein Abenteuerspielplatz (...), wo circa 15 Jahre lang ein ausrangierter Deutsche Bahn Waggon als Aufenthaltsraum für die Jugendlichen stand. Mit 13/14 Jahren habe ich da mit ein paar Freunden oft nach der Schule abgehangen. Irgendwann fingen wir an, den großen Jungs zuzugucken, wie sie den Waggon in regelmäßigen Abständen neu lackiert haben und wie das mit den Dosen, Buchstaben, den Farben und

dem ganzen Drumrum funktioniert. Man musste da auch erstmal durch diesen krassen Hierarchiefilter, bevor man überhaupt mal selber ran durfte. Über die Jahre entstanden dann eine ganze Reihe von legalen Flächen, die wir zum größten Teil auch selber organisiert haben. Wie auch immer, die Wände wurden von Writer*innen aus dem ganzen Bundesgebiet gemalt. Es war echt unglaublich, wie viele verschiedene Stile da unterwegs waren. Schöne und eigenartige Buchstaben, frische Farbkombinationen und Kompositionen. Und die unterschiedlichen Charaktere, die dieser Sache nachgingen...so retrospektiv (und leicht romantisiert) gesehen, war das wie eine Kleinstadtversion von Style Wars (der Film). Und musikalisch hat man eine Gratis-Ausbildung dazu bekommen. Ami Rap, dreckiger Funk, Reggae und ab und zu auch Skate-Punk. Dazu der Geruch von verbranntem Holz an langen Sommertagen. Herrlich. Der Übergang dieser Faszination für Graffiti hin zu Plattencover-Artworks, Postern, Flyer & Sticker war dann fließend. Wir hatten damals zwei super sortierte Plattenläden in der Innenstadt („Vinyl“ und „El Pie“). Da waren wir dann eigentlich fast jeden Tag nach der Schule. Dieses quadratische Format mit den diversen Bonuslevels, die



man gestalten kann, ist für mich bis heute mein Lieblingsformat. Zusammenfassend kann ich sagen: Die Anfangsjahre mit den verschiedenen Menschen, die mich inspiriert haben, waren ein wunderbares Bootcamp in Sachen roher Kreativität. Und jede/r mit etwas dickerer Haut durfte mitmachen.

Würdest du sagen, dass der HipHop-Ansatz immer noch in deiner Arbeit zu sehen ist?

Das kann ich ganz klar mit „Ja!“ beantworten. Manchmal mehr, manchmal weniger offensichtlich, aber als DNA ist es nicht wegzudiskutieren. Das Grundkonzept bleibt: Aus den vorhandenen Mitteln das Maximum rausholen und mit gutem Rhythmus etwas Gutes gestalten.

Wie läuft bei dir der Prozess von Recherche und Ideenfindung bei einem Projekt ab?

Nach dem Briefing mache mir zusätzlich einen Überblick, was der Kunde bzw. die Marke bisher so gestalterisch gemacht hat, um genau zu gucken, wo in der Firmengeschichte, was auf welche Art gemacht worden ist. Einen dezenten Blick auf die Konkurrenz zu werfen, kann auch nicht schaden, um auszuschließen, dass man aus Versehen oder durch den Zeitgeist bedingt etwas Ähnliches macht. In Kombi mit dem Briefing fängt dann die Recherche an. Inspirierendes aller Art vor allem im Netz, in Magazinen und Büchern suchen, das man spannend und passend findet, in einen Ordner speichern, und dann am liebsten ausgedruckt an die Wand kleben oder an ein digitales Bulletin Board pinnen. Synchron zur Recherche sollte man in Kontakt zum Auftraggeber bleiben, um zu spüren, wie sich die Situation entwickelt, ob erneuerte

Ansätze entstehen und wie viel Spielraum man bei der Umsetzung wirklich hat.

Welche Strategien oder Kreativitätstechniken haben sich bei dir zur Entwicklung von Inhalten so bewährt, dass du sie deinem Team gern an die Hand gibst?

Ich habe keine festen Techniken oder Strategien, da sowas auch immer davon abhängt, mit wem und für wen ich arbeite. In der Zusammenarbeit in einem Team finde ich es wichtig, die Stärken der einzelnen Mitglieder zu kennen. Eine gemeinsame Schnittmenge in Sachen Humor kann eine große Rolle spielen. Call and Response Meetings zu Beginn eines Projekts sind eine gute Möglichkeit, um gemeinsam Ansätze für frischen Content zu finden.



Welche Tools nutzt du gern zur Umsetzung deiner Projekte?

Mittlerweile will ich das iPad Pro nicht mehr missen. Für die Recherche, grafische Vorbereitungsarbeiten und Skizzen. Um konzentriert zu bleiben, habe ich auf dem iPad keine Kommunikationstools. Wenn ich selbstständig an grafischen Projekten arbeite, nutze ich die Adobe-Alternativen der Firma Serif. Mit den Affinity-Programmen lässt sich professionell produzieren. Der Preis des Direktkaufpa-



kets ist auch wesentlich günstiger als die Adobe-Programme. Ich finde es gut, wenn der Platzhirsch Konkurrenz bekommt. Trotzdem bleibe ich bei Adobe immer auf dem Laufenden und aktiviere das eine oder andere Programm projektweise.

Welche Trends oder Strömungen finden sich in deiner Arbeit?

Ich sehe, dass in Sachen Typografie und Illustration intensiv experimentiert wird und eine Menge Neues entsteht. Das feiere ich persönlich. Die Rezipitation der diversen Retrowellen hat mich gelangweilt. Es gibt viele kleine neue Schriftbüros, die sich von den strengen, akademischen Kurationsprozessen gelöst haben und sich in Felder vorwagen, die frisch sind. Da habe ich aktuell mehr als ein Auge drauf. Am tiefsten drin bin ich beim Thema Chrome Type. Also kurz gesagt, diese neuen Strömungen nehme ich gerade sehr bewusst in meine Gestaltungswelten auf und freu mich, dass ich das zeitnah auch hier und da präsentieren kann.

Wie motivierst du dein Team und machst die Deadline zur/m Freund*in aller Beteiligten?

Ich finde, dass es die beste Motivation ist, wenn die einzelnen Teammitglieder die Chance bekommen, eigenen Elemente zu einer Produktion beizusteuern. Damit wächst die persönliche Bindung zu dem Projekt. Mit dieser Teilhabe ist der Stress, der oft auf Grund von Deadlines entsteht, auch leichter zu handeln. Und die Freude, wenn dann das Baby in der Welt ist, wird umso größer sein. Mit einer



positiven Erfahrung wächst dann automatisch auch die Lust auf kommende Projekte und Aufgaben. Also vereinfacht gesagt: Team Motivation durch wirkliche Teilhabe und faire Kommunikation.

Hast du eine Lieblingsdesignerin oder einen Lieblingsdesigner oder andere Kreative, die dich aktuell begeistern?

Ganz klar, Bureau Borsche aus München. Mirko Borsche kommt auch aus dem Graffiti-Umfeld und mit diesem Ansatz haben sein Team und er wirklich starke Umsetzungen für Übermarken wie Supreme NY & Inter Mailand kreiert. Die Ergebnisse sind nie auf Nummer sicher gestaltet, nie faul kopiert, sondern oft einen Schritt voraus. Mit diesem Ansatz wird diese spezielle Sogwirkung kreiert, die immer neue spannende Kunden auf den Plan rufen. Ich habe vor kurzem seine Magazinreihe „Super Paper“ entdeckt. Die wurde zwar leider eingestellt, aber man kann da spannende Styles finden. Sämtliche Ausgaben sind via www.bureauborsche.com/superpaper downloadbar. Ansonsten beobachte ich verschiedene junge, unabhängige Kreative, die Dinge produzieren, die im Jetzt irgendwie eigenartig sind, aber in der nahen Zukunft wegweisend oder zumindest fresh sein können. Fotografisch verfolge ich Till van Loosen schon etwas länger. Seine Produktionen sind klar und experimentell zugleich. Unabhängig von der Kamera, die er benutzt. Abgesehen davon ist Till ein höchst amüsanter Dude. Im Bereich der Illustrationen feiere ich aktuell Mark Rogers. In der zeitgenössischen Malerei verfolge ich vor allem Michael Schmeichel. Gerade seine Reas-



sembling Reihe ist richtig, richtig gut. Mein Lieblingsgemälde der letzten Jahre ist „Der Schmetterlingsfänger“ von Carl Spitzweg.

Du warst einige Jahre als Musikmanager aktiv – könntest du dir vorstellen in dem Bereich wieder aktiv zu werden?

Man soll ja nie nie sagen, aber aktuell kann ich mir das nicht vorstellen. Ich habe über zehn Jahre mit sehr viel Einsatz agiert und spätestens zu Beginn der Pandemie war auf mehreren Ebenen die Luft raus. Davon musste ich mich erstmal erholen. Sagen wir es so: Einen Artist, die/der eine gesunde, reflektierte Vision hat und gewillt ist, ein Projekt mit Herzblut umzusetzen, ist die Grundlage, die es braucht. Wenn ich dann den Sound feiere und vor allem das Menschliche stimmt, werde ich gerne nochmal ein Musikprojekt begleiten. Abgesehen davon haben die jüngeren Generationen teilweise einen so klaren Blick auf die Industrie, sind kreativ so krass auf Zack, da braucht es teilweise gar kein kreatives Management mehr. Und der reine Businessmanager war ich sicherlich nicht. (Lacht)

Woran hast du die letzten Monate gearbeitet und was kommt als Nächstes von dir?

Ich habe intensiv an diesem Portfolio gearbeitet, was einige Kraft kostet, da man sich stark mit der Vergangenheit beschäftigt. Nach dieser kleinen Reise sehe ich mich in der Gegenwart angekommen und beruflich zu 100% als Art Director & Creative Producer. Ob ich diese Rolle nun als Solo-Kreativer oder als Teil



eines neuen Teams ausfüllen werde, wird die Zeit zeigen. Im kreativen Kontext arbeite ich aktuell vor allem an einem eigenen Magazin namens „LOA Mag“. LOA steht entweder für „Lack Of Attention“ oder „Lots Of Attention“. Je nach Perspektive. Die Idee ist entstanden, als ich bemerkt habe, wie sehr mich Instagram mittlerweile stresst. Im Privaten wie im Kreativen. Aktuell ist das die einzige Plattform, die man im visuellen Bereich nutzen kann, um sowohl interessierte Zuschauer als auch andere Kreative zu erreichen. Die Aufmerksamkeitsökonomie geht dabei in eine Richtung, die, wie ich finde, nicht mehr gesund sein kann. Das ganze Format ist eigentlich nicht gut für die Darstellung detaillierter Arbeiten.

Und ich habe gemerkt, dass ich teilweise beim Gestalten an Likes bzw. an die Leute gedacht habe, die aus Prinzip nichts liken. Und dann war ich teilweise schon schlecht gelaunt, als ich den Post fertig hatte. Da muss ich im Nachhinein sagen: Vollkommen bekloppt! Aber hin zur eigentlichen Erkenntnis: Ich will meine freien, experimentellen Arbeiten bei Bedarf gerne etwas liegen bzw. reifen lassen, zum richtigen Zeitpunkt zusammenfassen und dann in freien Abständen in einem schönen Format rausbringen. Neben meinen Arbeiten werde ich auch immer Gäste dabei haben, deren Arbeiten ich schätze. Das Ganze wird als Digital PDF und auch gedruckt veröffentlicht. Jetzt, wo ich die „Super Papers“ entdeckt habe, kann man sagen, dass das ein ähnlicher Ansatz ist. Im Endeffekt soll es, neben dem Content, ein Testlabor für Editorialdesign werden. Variierende Raster, verschiedene Schriften, ein mutierendes Logo. Gerade im Editorialdesign kann und will ich neues dazu lernen. Ich möchte einfach wieder die Freiheit haben, Sachen zu machen, die nicht von (digitalem) Stress oder seltsamen Gruppendynamiken geprägt sind.



Rund um das LOA Mag arbeite ich auch einer eigenen Vertriebs-/Verlagsstruktur, die EDITION 22 heißen wird. Über EDITION 22 kommen ab Sommer 2022 ausgewählte Drucke und andere Produkte in die Welt. Die Designs stehen, jetzt suche ich nach nachhaltigen Techniken, die die Produktionen so gut wie möglich etwas abfedern.

Hast du zum Ende des Interviews noch Gedanken, Worte und Bilder im Kopf, die du den Leser*innen mitteilen willst?

Um ehrlich zu sein: Ich bin ein absoluter Gegenwartsoptimist und gleichzeitig ein tendenzieller Zukunftsrealist, was die menschliche Perspektive auf diesem Planeten betrifft. Ich hoffe sehr, dass die gesellschaftliche Entwicklung der nächsten Monate und Jahre sich besser gestaltet, als es unsere geschichtlichen Altlasten vermuten lassen. Ich denke, dass jede/r eine wahre Verpflichtung hat, an sich selber zu arbeiten und den zersetzenden Kräften im Kleinen wie Großen etwas entgegenzusetzen. Und damit meine ich vor allem Empathie, sich selbst und den anderen gegenüber. Ich hoffe, dass meine Reise durchs Leben noch weitere gute Kapitel bereit hält, wobei ich jetzt schon sehr dankbar bin, dass ich so viel Schönes erlebt habe. Ansonsten: Wir fliegen auf einem kleinen Gesteinsplaneten durch ein riesiges Nichts. Also cool bleiben, anschnallen und die Reise mit seinen Besten genießen, solange es geht.

IMPRESSUM

Herausgeber: Edition 22 ~ **Konzept & Gestaltung:** Bjearn Rausch ~ **Interview:** Anna Maria Schmücker (2022)

Lektorat: Angela Kamara ~ **Illustrationen:** Mr. XXII ~ **Fotos:** Robert Winter, Till van Loosen, Alexander Basile, Mirko Polo, thckpxls & Jan Bastian Kumpfer. Köln. 2024.



