Moin, Grüezi & Hallo.

—

PORTFOLIO
Marc Glasze

mail@marcglasze.de

Moin, Grüezi & Hallo.

Auf den kommenden Seiten tummeln sich einige meiner Projekte, gefolgt von meinem Lebenslauf. Vielleicht passen wir ja zusammen? Über Post, Brieftauben oder eine Email würde ich mich sehr freuen.

Herzliche Grüße & viel Spaß.
Marc

Kontakt
Marc Glasze
Münzstraße 11
20097 Hamburg

Tel.
+49 160 98 33 72 44

VIVARIUM —

Magazin für den manischen Raum

VIVARUM –
das Vivarium; Unter einem Vivarium versteht man eine Tierhaltungsanlage. In der Antike wurde jede Form eines Tierparks Vivarium (Lat.: „Behälter für lebende Tiere") genannt.

Konzeption, Gestaltung und Umsetzung für die monothematische Magazinreihe „Vivarium". Thematisch im künstlerischen bzw. kulturellen Bereich angesiedelt, bedient sie sich einer unkonventionellen, freieren visuellen Sprache.

„Vivarium" beschäftigt sich mit unterschiedlichsten Räumen und deren Einfluss auf den Menschen. Diese Ausgabe ist der Orientierungslosigkeit gewidmet.

Japanische Bindungen, verschiedene Papiersorten und seitenübergreifende, außergewöhniche Faltungen sorgen für eine haptische Erfahrung des Themas. Das Magazin im Überformat (420mm x 280mm) beinhaltet Reportagen, Interviews, Fotostrecken und sozialwissenschaftliche Aufarbeitungen zum Thema Räume. In welchen sozialen und physischen Räumen bewegen wir uns? Welche geben uns Halt? Welche verunsichern uns? Und welche stellen unsere ganze Wahrnehmung auf den Kopf?

Durch die reduzierte Gestaltung, die Texte und die Bildsprache sind die Leser:innen in der Lage diese Eindrücke unmittelbar mitzuerleben.

Editorial Design

62

rhythm 0,
Marina Abramovic,
1974

In Imponderabilia (1977) Serbian artist Marina Abramovic and Ulay collaborate to create a performance piece in which they, completely nude, flank the entrance to the Galleria Communale d'Arte Moderna in Bologna, Italy. Visitors wanting to enter the museum are forced to squeeze through their bodies. The aspect of nudity is not foreign to Abramovic's pieces – Nude with Skeleton, Freeing the Body, and Relation in Space are just a few of her many videos that feature the artist as nude. Often these pieces focus on the artist. Imponderability, however, is meant to draw attention to the participants in the performance.

Abramovic's piece encapsulates the subject of "persona" in an interesting way. Abramovic and Ulay expose themselves completely to the public's view – in effect, this is the public image of themselves they are presenting to the viewer. Yet, what the piece seems to be exploring is the reaction of the public to this persona. While watching the video of this performance, it is not the blatant and unabashed nudity that captures one's attention; instead, it is the reaction of the public to the situation they find themselves in that catches the eye.

Each visitor to the museum must make two important decisions. First, he must decide whether or not to enter the museum. Second, he must decide which figure to face when passing through the entrance. The taboo nature of nudity makes these decisions seem critical. Do I want to squeeze my way past two nude bodies? If I do, whom shall I face? These are the questions that are posed to the visitors in line to enter the museum.

Through this piece, Abramovic exposes our understanding of what a proper public persona is, and our subsequent reactions if that expectation is not met. While the distinct characteristics of personas often vary with different individuals, some variables generally remain the same. Nudity as an aspect of one's persona is not common, prompting a public reaction riddled with uneasiness and uncertainty. Abramovic made sure that this point was understood, as the text on the wall facing the entrance reads: "Imponderable. Such imponderable human factors as one's aesthetic sensitivity/the overriding importance of imponderables in determining human conduct". An imponderable is defined as "a factor that is difficult or impossible to estimate or assess". When presented with a deviation from personas that the general consensus regards as normal, such as nudity, individuals are unsure how to act. Furthermore, individuals must make the unusual decision between different types of nudity: male or female. Observing the visitors entering the museum, it becomes quickly clear that most visitors choose to face Abramovic, suggesting that the female nude form is less threatening or serious than the male nude form. Visitors pass through quickly and do not make eye-contact with Abramovic or Ulay, rarely looking back after they have passed through. The study of public reaction to unusual personas explored in Imponderabilia not only exposes the instincts that are ingrained in society, but also shapes the personas of those who enter – each decision that the individual has to make upon entering shapes who they appear to be, a concept that is furtheredby the presence of a camera documenting their choice. The characteristic of vulnerability that normally accompanies the persona of a nude figure has been transferred completely to the clothed visitor passing between Abramovic and Ulay.

Imponderabilia,
Marina Abramovic & Ulay,
1977

For more than three decades, performance artist Marina Abramovi
has been testing the boundaries between performer and audience
limits of her own body, occasionally risking her life in the process.
on the eve of a retrospective at MoMA, she readies herself for what
her most challenging performance yet.

The human form, disrobed and displayed in all its glory, is arguably the most
enduring motif in the history of Western art. Museums dedicated to art
both ancient and modern are filled with nudes rendered every which way:
painted, chiseled, molded, sketched and photographed. They're Just
usually not living and breathing. But come March 14, New York's Museum of
Modern Art will host daily performances of five seminal works by Marina
Abramovic, three of which feature performers in the altogether. In Imponde
rabilia (1977), two players stand opposite each other, au naturel, in a
narrow doorway. Visitors must brush past them to enter the exhibition
— an early, if awkward, example of interactive art.

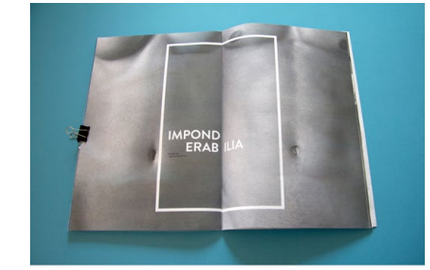
"This is America!" the Yugoslavian-born Abramovic trills jovially i
heavily accented English, on a rainy fall day in New York, as she c
potentially embarrassing encounter in what will be the first live
of nudes in the museum's history. "Is going to be riots! I've so mu
with the security of MoMA and how we're going to deal with thi

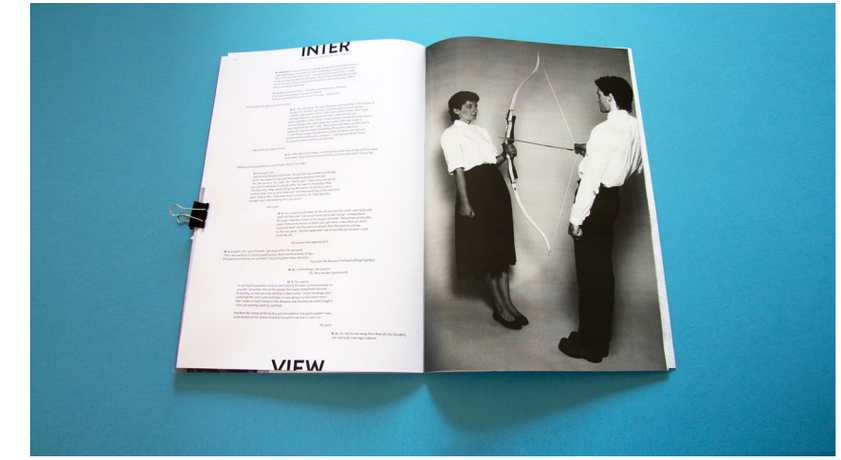
In all fairness, yes, Americans have a more delicate relationship with
nakedness than Europeans, but Abramovic acknowledges that when she a
her former collaborator and lover, Ulay, performed the piece at a museum
in Bologna, Italy, the police showed up six hours into it, asked to see their
passports (which they obviously didn't have on them) and promptly shut
down the performance. This time around, regulations mandate that MoMA
provide a second route into the exhibition—one with a wider opening
to allow for wheelchairs—a measure Abramovic finds understandable bu
disappointing. "I hate that alternative because in the original piece there
no alternative—you go here," she says, seated in her midtown office as
she points to a photograph of Ulay and herself, face-to-face in the passag
way, while a man turned slightly sideways tries to negotiate the crampe
space. Even so, Abramovic has come up with one small tweak: Though th
original concept paired a man and a woman, she now plans to mix up the
couples taking turns performing Imponderabilia so that some are same

pistol
blue colour
comb
bell
whip
lipstick
pocket knife
fork
perfume
spoon
cotton
flowers
matches
rose
candle
water
scarf
mirror
glass
polaroid camera
leather
chains
nails
needles
hair
brush
dressing
red colour
white colour
scissors
stylograph
book
hat
handkerchief
white paper
knife
hammer

List of objects from rhythm o. 1974

honey
salt
sugar
soap
cake
scalpel
spikes
alcohol
shoes
rosemary
chair
cable
phosphor
olive oil
saw
wood
axe
lamb bone
bread
wine
honey
salt
sugar
soap
cake
scalpel
spikes
alcohol
shoes
rosemary
chair
cable
phosphor
olive oil





Editorial Design / Illustration

UNDERDOGS —

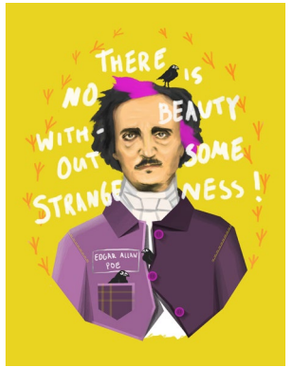
Klassiker in neuer Form.

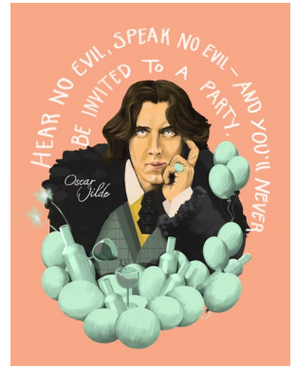
Konzeption, Layout und Illustrationen für ein Magazin mit klassischen Inhalt. Literaturklassiker die nichts an ihrer Aktualität eingebüßt haben, bekommen in Magazinform ein neues Gesicht und erschließen dadurch neue Zielgruppen.
Ein modernes, auf Kontrasten und großzügigem Weißraum basierendes Layout, sowie zeitgemäße Illustrationen runden das Erscheinungsbild des Magazins ab.

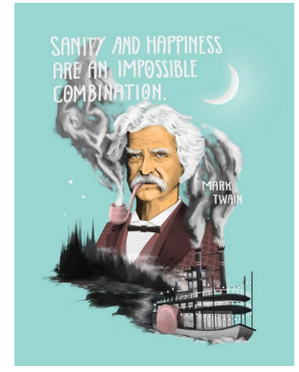
Editorial Design / Illustration

HENRY DAVID THOREAU
»WALDEN«

JOSEPH CONRAD
»HEART OF DARKNESS«







Spielerische Autoren-Illustrationen liefern den Gegenpol zum nüchtern gehaltenen Layout.

Editorial Design / Illustration

Das auf Kontrasten basierende Layout lässt Platz für Marginalspalten, welche dem Leser wertvolle erklärende Texte liefern, die es dem Leser erleichtern das Geschehen einzuordnen.

ZOE —

Spannende Stadterlebnisse.

Konzeption, Layout und Gestaltung für eine Konzeptarbeit zum Thema Augmented Reality und öffentlicher Raum.

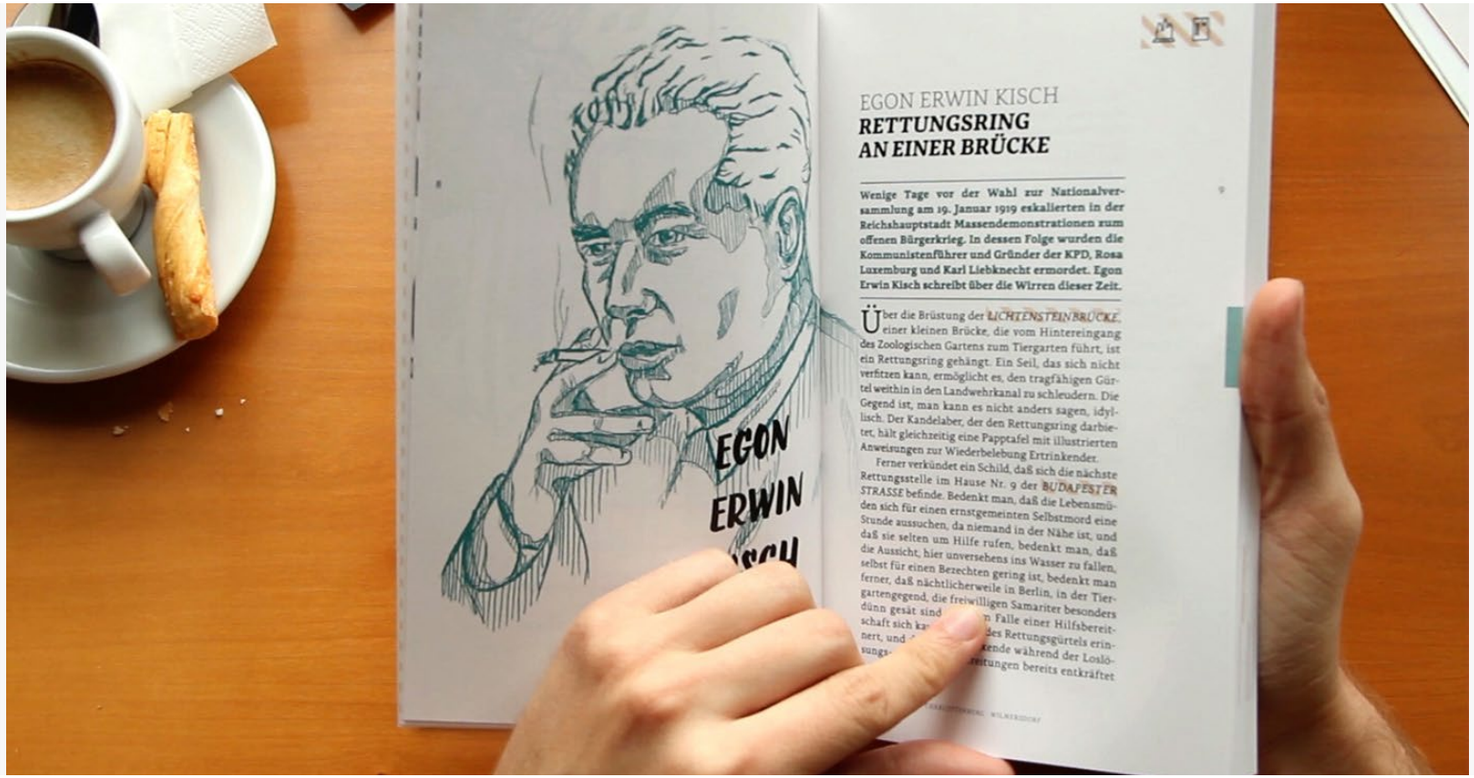
Benutzen Sie ihr Buch wie ein iPad. Nahezu alles kann mittlerweile als „marker“ benutzt und digital mit mehreren Informationsebenen versehen werden. Der Zugriff auf Informationen lässt uns dazu gehören oder zum Außenseiter werden.

Anhand eines Stadtführers, „zoe“ genannt, können die User eine Stadt mit ganz anderen Augen wahrnehmen. „zoe“ besteht aus Reportagen vergangener Jahrzehnte. Gleichzeitig öffnet „zoe“ vor Ort neue Türen. Gemütlich in einem Straßencafé lesend, erwachen um einen herum z.B. die Goldenen Zwanziger wieder zum Leben. Bei einem Rundgang durch die Stadt werde ich außerdem auf die auf mich zugeschnittenen Interessensgebiete aufmerksam gemacht und kann durch den Stadtführer mit meiner Umgebung interagieren.

Der Stadtführer „zoe“ ist ein Printprodukt mit Interface-Elementen. Durch die Augmented Reality ist es möglich diesen Stadtführer interaktiv durch Berührung bestimmter Elemente zu nutzen und mir zusätzliches Wissen zu holen.

Die Hülle ist individualisierbar und besitzt eine dem Daumen angepasste Aussparung, sodass man auch im geschlossenen Zustand mit „zoe“ interagieren kann. Über einige Flächen ist es möglich, eigene Notizen zu machen, Nachrichten zu beantworten oder über die Eingabe selbst weitere Informationen zu meinem ganz persönlichen Stadtführer einzugeben.

06 /2014



Illustrationen geben dem Reportagenführer einen eigenen durchgängigen Look.

Lesen Sie sich durch die Stadtgeschichte, reisen Sie zu den Originalschauplätzen und erforschen Sie die Stimmung der damaligen Zeit. Lassen Sie sich durch Ihr Augmented Reality Device, beispielsweise Ihrer AR-Brille oder Kontaklinse, historische Aufnahmen oder Hintergrundmaterial zur Geschichte einblenden und folgen Sie den Protagonisten durch die Stadt.

Markieren Sie Ihren Standort und stellen Sie ein, wie viel Zeit Sie zur Verfügung haben. Dank einer Auswahl an Themenfeldern können Sie außerdem im Voraus einstellen, auf was Sie unterwegs aufmerksam gemacht werden wollen.

Benutzen Sie »zoe« wie ein digitales Gerät, in dem Sie einfach auf die gedruckten icons klicken. An der haptisch hervorgehobenen Schraffur erkennen Sie die aktiven Flächen, die einen Übergang zur digitalen Welt darstellen.

AMBIENT MEMORIES —

Duftmarken setzen.

Das Projekt entstand in Zusammenarbeit mit Karolin Kraut, Anika Grönwoldt und Elena Schwarzloh-Krüger.

Packaging Design / Corporate Design / Illustration

Konzeption und Gestaltung eines olfaktorischen Markenbindungskonzepts für Hotelketten.

Über einen individuell-ausgesuchten Hotelduft, der gezielt in ausgewählten Räumlichkeiten eines Hotels eingesetzt wird, soll die Erinnerung der Gäste an die Hotelmarke geweckt werden, da diese den Duft als Gastgeschenk mit nach Hause nehmen können. Gleichzeitig ist AMBIENT MEMORIES als hochwertiges Produkt für den Marketplace geeignet.

Wir entwickelten ein Präsentationssystem für diese Idee. Eine Box, die mit dem Namen des Absenders AMBIENT MEMORIES versehen und gestalterisch in allen Bestandteilen auf die ausgesuchte Hotelkette abgestimmt ist. In einem Folder wurde mit dem Titel:

„Wenn Ihre Gäste lieber schöne Erinnerungen als Briefmarken sammeln"

das Konzept vorgestellt, Produktmuster und verschiedene Duftproben zur Auswahl präsentiert. Verschiedene Produktlinien von „Classic" bis „Luxury" mit entsprechend abgestimmter Gestaltung runden das Angebot ab.

Die Box erleichtert nicht nur die überzeugende Präsentation der Idee. Sie schafft auch durch das an den Auftritt des Hotels angelehnte Innenleben eine direkte Identifikationsfläche für die Entscheider.

Packaging Design / Corporate Design / Illustration

Der Präsentationskoffer mit verschiedenen Raumduftproben, dem Flakon mit Stäbchen, Flyern, erklärender Broschüre sowie einem Packagingmuster wird in dieser Form an die Entscheider im Hotelmanagement überreicht.

Claim:

WENN SIE LIEBER SCHÖNE ERINNERUNGEN ALS BRIEFMARKEN SAMMELN

Die hier gezeigten Packaginglinien des Raumdufts inkl. Illustrationen stammen von Marc Glasze, die Gestaltung der Broschüre sowie des Präsentationskoffers von Anika Grönwoldt und Elena Schwarzloh-Krüger.

NATURBÄR —

Nachhaltig sauber.

Packaging Design / Corporate Design / Illustration

Naturbär
Naturwaschmittel

Logo with protection area

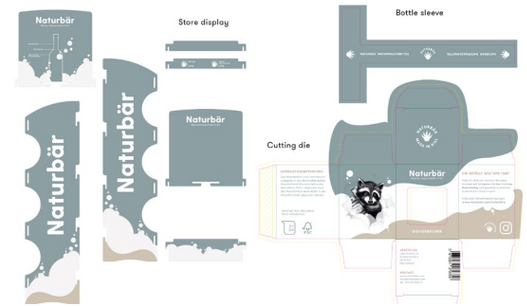
Figurative mark

Markenentwicklung und -Strategie, Corporate- und Packaging Design für Naturbär, eine kleine Waschmittelmarke aus Kiel, die vor allem für nachhaltiges, regionales und allergikerfreundliches Waschmittel steht.

Neben dem Markenaufbau und der Kommunikationsstrategie wurde ein komplettes Corporate Design mit ein Farbschema, Etiketten und Verpackungen, Produktfotografie, individuelle Illustrationen und Ladenaufsteller, Flyer, Plakate, Briefpapier, Visitenkarten, eine Website, sowie diverse Werbemittel für Social Media Kampagnen erstellt.

Packaging Design / Corporate Design / Illustration

Der Waschbär als Markenbotschafter ist auf allen erstellten Medien zu finden. Er ist frech ohne unverschämt zu sein und wird auch in der Kommunikation in Social Media genutzt.



Gedeckte Farben und natürliche Materialien wie Holz und Glas, dazu eine regionale Herstellung stehen für die Verbundenheit zur Natur und zum Norden Deutschlands. Kooperationen wie z.b. mit Noorlys erschließen eine junge, aktive Zielgruppe, die zwischen Vanlife und Homeoffice pendelt und der Minimalismus und Nachhaltigkeit im Alltag wichtig ist.

MALUNT —

Herzhaft genießen.

#fec900	C 0 m 22 y 95 K 0 — R 254 G 201 B 0
#ffe085	C 0 m 12 y 57 K 0 — R 255 G 234 B 133
#ff761a	C 0 m 64 y 89 K 0 — R 255 G 118 B 26
#f7af81	C 0 m 39 y 51 K 0 — R 255 G 234 B 133
#d1281d	C 13 m 45 y 97 K 0 — R 254 G 201 B 0
#d8887d	C 15 m 55 y 46 K 0 — R 216 G 136 B 125

Packaging Design / Corporate Design

malunt

Corporate- und Packaging Design für malunt, ein Startup für vegane, herzhafte Snackalternativen. Entwickelt wurde ein minimalistischer Schriftzug, der seinen verspielten Charakter nicht verloren hat. Die verschiedenen Snack-Sorten bekamen durch eine schwungvolle, genderneutrale Schrift eine persönliche Note. Dazu wurde ein Farbkonzept, passende Illustrationen, diverse Aufsteller und Verpackungen sowie Flyer entwickelt.

NIGHT OWL —

Tierisches Redesign.

Durch Überlagerung und Duplizierung des Logos kann schnell ein Muster oder Motiv generiert werden, welches vielfältig einsetzbar ist.

Corporate Design / Illustration

Markenstrategie und Redesign. Das bestehende CD wurde überarbeitet und neuen Anforderungen angepasst. Es erfolgte eine Aufteilung in zwei Bereiche mit unterschiedlichem Logo, welche aber durch eine konstante äußere Form erkennbar zusammen gehören. Der Fokus liegt auf der Variabilität und der Möglichkeit zur Erweiterung des Auftritts

Corporate Design / Illustration

Die bisher bestehende Form des Logos (Oben links) wird auch weiterhin in kleinen Größen verwendet. Durch die zwei Versionen (rechts) wird die Unterscheidungsmöglichkeit zweier Logos mit konstanter Form verdeutlicht.

ohne dabei austauschbar und beliebig zu werden. Dies setzt sich auch auf den übrigen Geschäftsunterlagen fort. Die konstante Form kann hier von einem wechselnden Muster durchbrochen werden und sich dadurch schnell anpassen, ohne seine Wiedererkennung zu gefährden.

Der entwickelte Illustrationsstil lädt durch seinen geometrischen Aufbau zur Weiterverwendung als Muster ein und ist durch seine reduzierte Form auch als eigenständiges Motiv auf unterschiedlichsten Materialien gut zu gebrauchen.

FIXEUR —

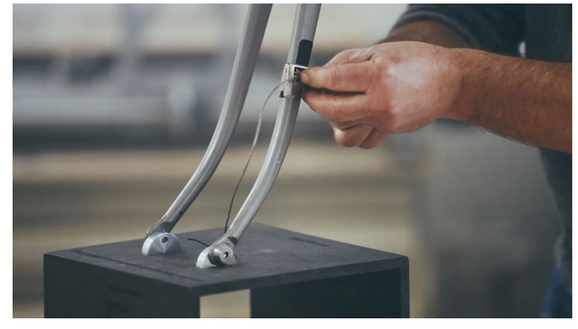
Biking Experience.

Corporate Design / Interface Design

Ein Corporate Design- und Website-Konzept für Fixeur Studios, ein neues Start-up-Unternehmen, das die kompakteste Fahrradtaschenhalterung der Welt und eine hochwertige Kollektion pflanzlich gegerbter, handgefertigter Ledertaschen entwickelt hat.

Die ultraleichte Fahrradtaschenhalterung ermöglicht es Ihnen, alles, was Sie brauchen, mit einem Fixie, Rennrad oder Urban Bike zu transportieren, die ursprünglich keinen Gepäckträger haben.

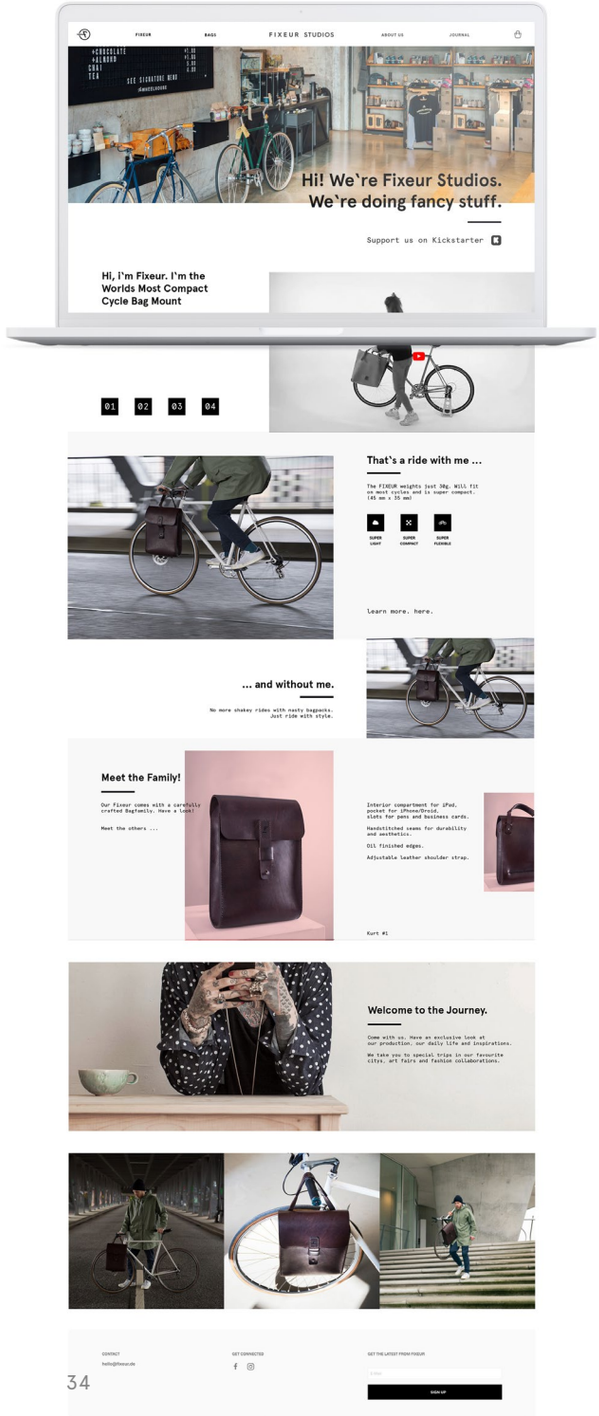
FIXEUR STUDIOS
Biking Experience

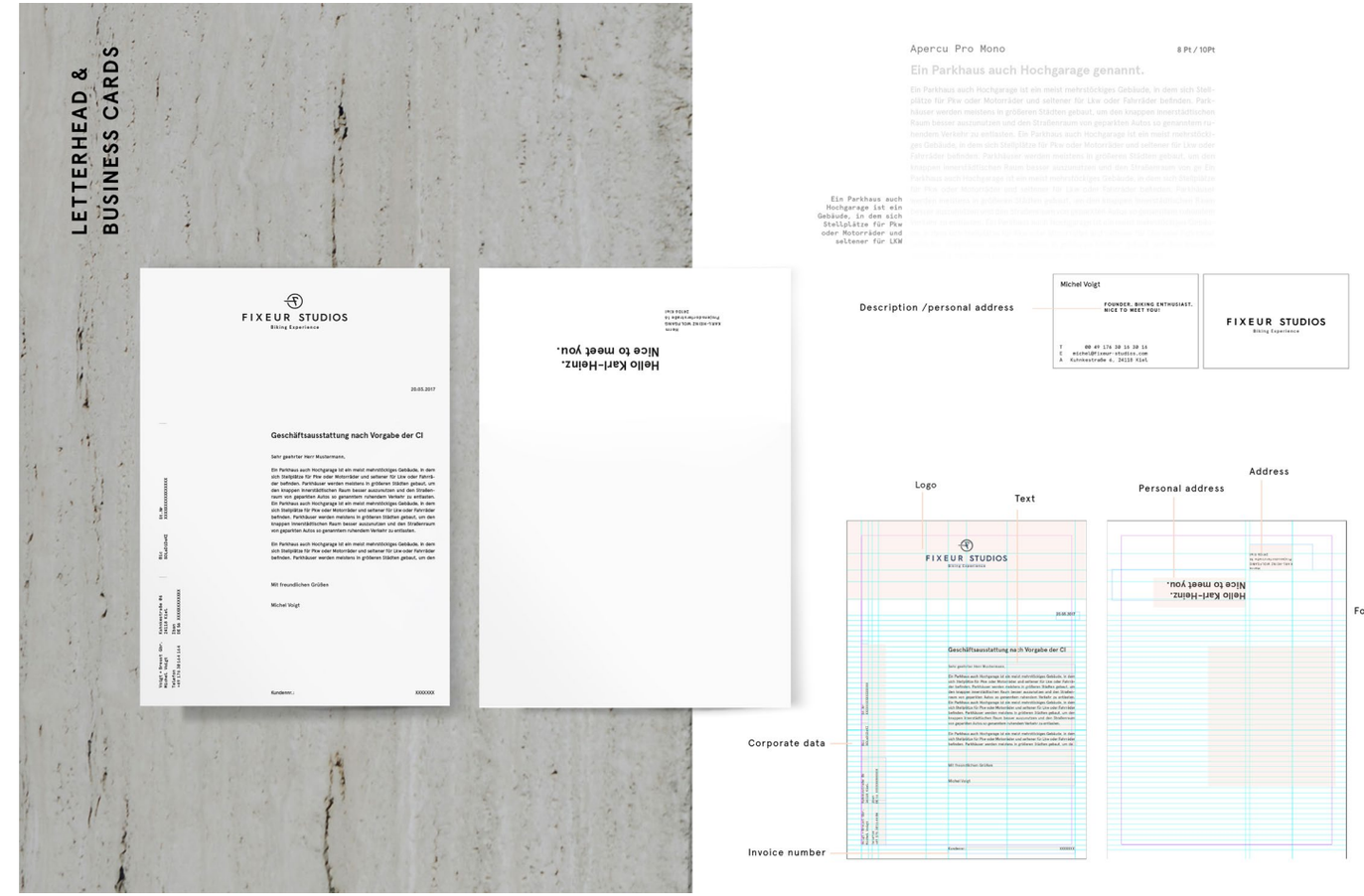


FIXEUR
STUDIOS
Biking Experience

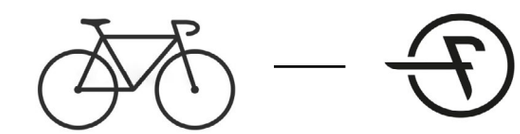
Aufgabe: Ein klares, modernes Corporate Design mit einer leichten Anspielung auf die berühmten Vintage-Rennräder zu schaffen, das gut in die designaffine Welt der Kunden passt.

Corporate Design / Interface Design





Das Signet ist ein stilisiertes F, das von der Form an einen Fahrradlenker erinnert. Neben Geschäftsunterlagen wurde ausserdem eine Webseite mit Webshop entwickelt.

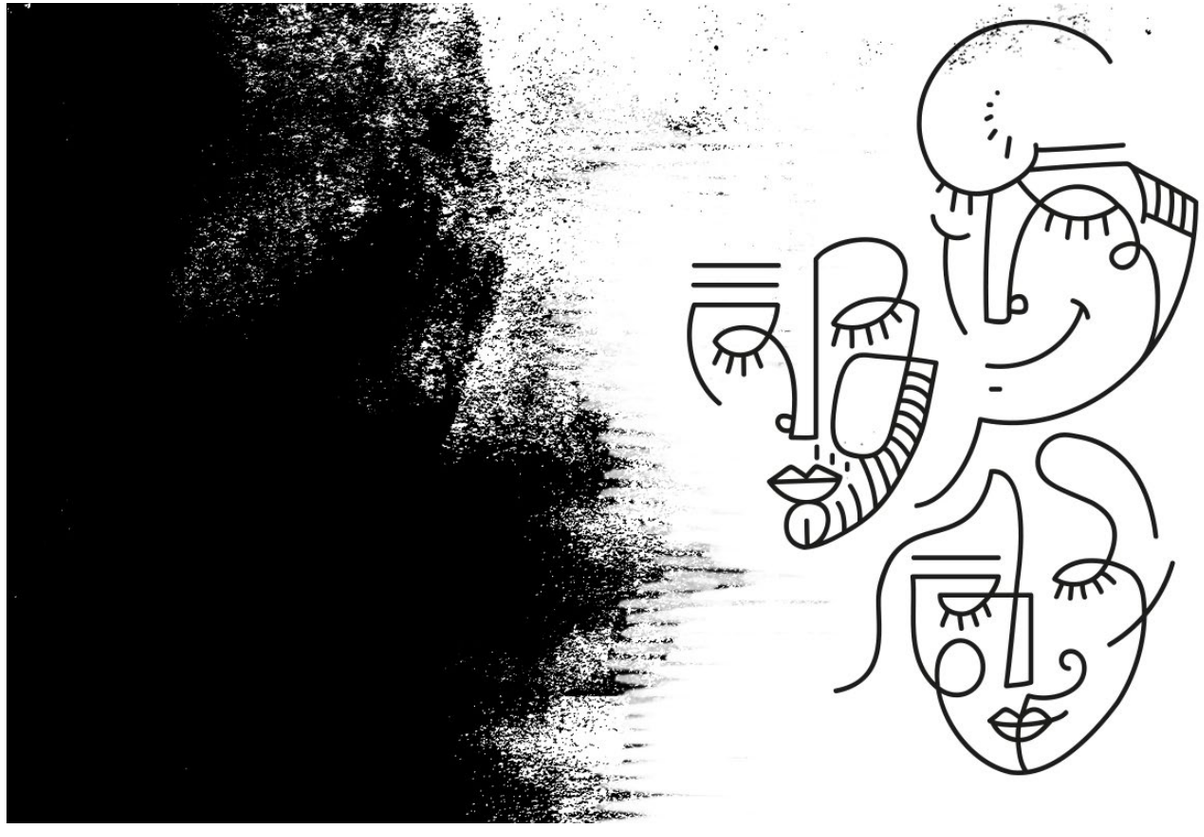


STORYYELLER —

Interaktive Erlebnisse.

Entstanden in Zusammenarbeit mit Karolin Kraut

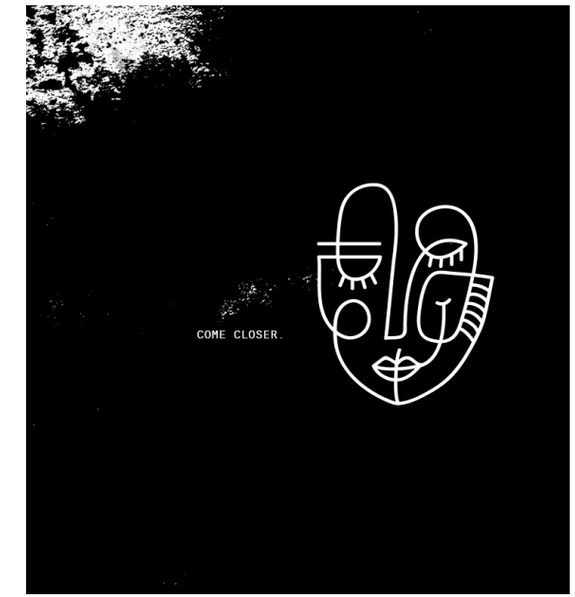
Corporate Design / Exhibition Design



Markenkommunikation, Corporate Design, Illustrationsstil, Merchandise und Messeauftritt für Storyyeller, eine Firma für interaktive Erlebnisse. Da sich Storyyeller auf „Geschichten erzählen“ spezialisiert hat, wurde ein Markenbotschafter *Der Storyyeller* geschaffen, der mit seiner wilden Persönlichkeit als mysteriöser Märchenonkel auftritt und sein Publikum in fremde Welten enführt.

Die Gesichter der Gründer wurden im markeneigenen Illustrationsstil umgesetzt und ergeben zusammen das Gesicht des Storyyellers. Das Design ist absichtlich schwarz/weiß gehalten, damit es nicht in Konkurrenz mit den häufig sehr bunt illustrierten Produkten tritt. Diese bilden die gesamte Bandbreite von Museumsausstellungen bis hin zu Videospielen ab. Die Markenkommunikation spielt mit der magischen Welt des Zirkus' und der Filmtricks der 1900er Jahre. Talks und Präsentationen sind in diesem Stil gehalten und auch der Messeaufritt gleicht einem Zirkuszelt durch das man in eine magische Welt tritt.

Corporate Design / Exhibition Design



Messeauftritt, Geschäftsausstattung und alle Medien zur Aussenkommunikation sind in schwarz/weiß gehalten und setzen sich damit bewusst von der Konkurrenz ab, die sehr bunt und in stark gesättigten Farben auftritt.

WATERKANT GAMING —

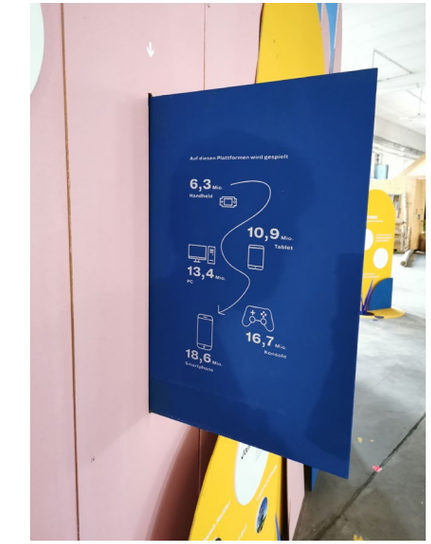
Spielend Entdecken.

Exhibition Design / Illustration

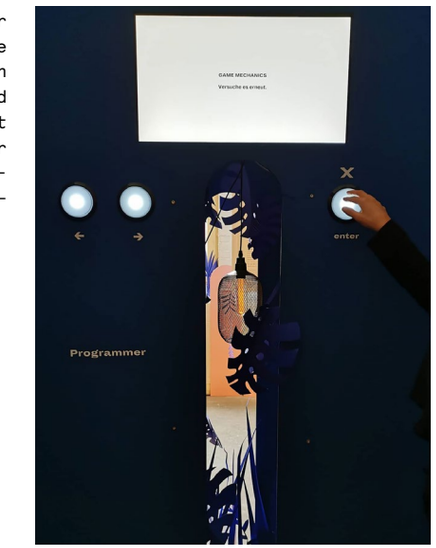
Entstanden in Zusammenarbeit mit Storyyeller und Karolin Kraut

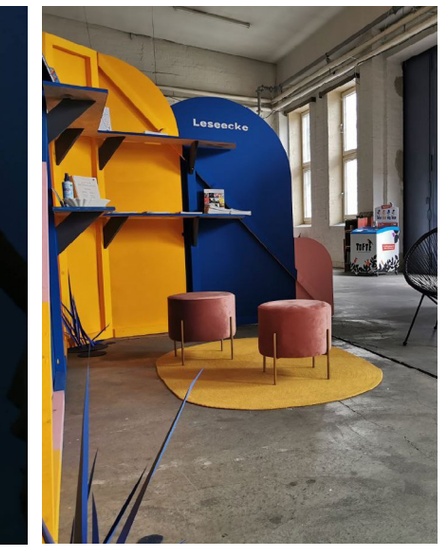
Konzeption und Gestaltung für eine interaktive Ausstellung zum Thema „Gaming“ und „Gaming History“. Die Besucher:innen können an unterschiedlichen Stationen interaktiv die Geschichte, Entwicklung und Bandbreite der Videospiele nachverfolgen und beispielhaft verschiedene Genres anspielen. In Mitten der Ausstellung befindet sich ausserdem ein Ratespiel, durch das die Besucher:innen ihr Wissen aktiv durch Drücken verschiedener Buttons auf die Probe stellen und die verschiedenen Disziplinen, die in einem Spiel zusammentreffen, kennen lernen können. Entwicklung eines Ausstellungskonzepts, Aufbereitung der Inhalte und Gestaltung der Ausstellung, waren Teil des Auftrags. Außerdem die Entwicklung eines Game Designs, das die Inhalte durch spielerische Interaktion den Besucher:innen näher bringt.

Wir erstellten dazu eine zum Thema passende Formsprache, eine Farbwelt und dazu passende ausgelaserte, geschichtete Illustrationen aus der Welt der Spiele.



Wir setzten auf eine sehr reduzierte, geometrische Formsprache, die sich auch in den Illustrationen und dem Interior wiederfindet und sich bewusst von der sonst üblichen „Pixeloptik“ beim Thema Videospiele unterscheidet.





DOUGLAS —

Ostern im Wunderland.

Konzeption und Gestaltung eines Osterstore-Konzepts für die Parfumkette Douglas. Frisch, frech, ungewöhnlich und doch innerhalb des etablierten Corporate Designs, waren die Vorgaben.

Zur vorhandenen Corporate-Farbe Mint wurde ein frisches Gelb gestellt. Thematisch spielt das Konzept auf „Alice im Wunderland" an, insbesondere auf den Märzhasen, der liebenswert aber auch sehr chaotisch auftritt und hier die Rolle des Osterhasen einnimmt.

Merchandise Artikel im Store sowie die Schaufensterdekoration greifen optisch die bekannten Spielkarten und die Teeparty aus Alice im Wunderland auf. Als Keyvisual wurde ein aus zwei Ostereiern bestehendes Herz geschaffen, das mit einer Illustration des Märzhasen kombiniert werden kann.

Exhibition Design / Corporate Design / Illustration

Farbkonzept

R 250
G 170
B 13

Dem Douglas Mint steht ein kräftiges Curry-Gelb gegenüber. Der warme Farbton unterscheidet sich vom Standard Osterglockengelb und avanciert außerdem zur Trendfarbe.

Key Icon

Das Key Icon wird aus zwei Ostereiern gebildet, welche zusammen ein Herz ergeben.
Die emotionale Bedeutungsebene unterstreicht den Anspruch, Geschenke für die Liebsten zu bieten. Zudem ist das Herz ein bekannter Bestandteil der visuellen Welt von „Alice im Wunderland".

Für Werbeaktionen wurden zwei Slogans entwickelt. Unter anderem um die Spätentscheider zu Osterkäufen bei Douglas zu animieren. Kombiniert wurden diese mit Illustrationen die "aus dem Rahmen fallen".

Game Design / Illustration / Interface Design / Storytelling

CLOCKWORLD —

Spiel mit moralischem Dilemma.

Entwickelt mit Storyyeller und Karolin Kraut.

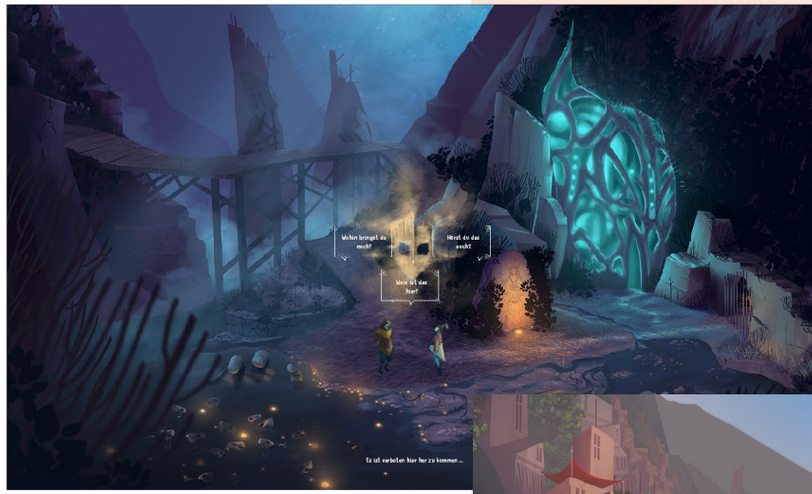
Die Art Direction, Entwicklung einer konsistenten Handlung und Hintergrundgeschichte, eines Illustrationsstils, Screen & Character Designs, Environment- und Concept Art, Worldbuilding, sowie Dialogtexte und Teile der Organisation waren Teil dieses Projekts.

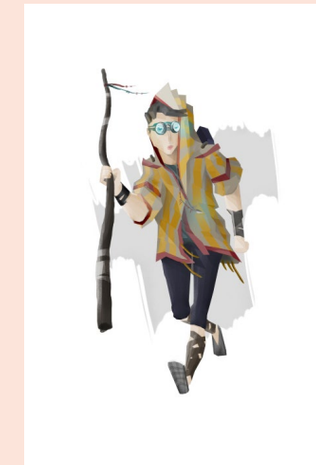
Clockworld ist ein dialoggetriebenes Videospiel welches auf moralischen Entscheidungen basiert. In diesem Playable Tale lenkt der Spieler die Geschichte seiner Welt und seiner Mitmenschen durch sein eigenes moralisches Handeln. Die Entscheidungen vor die der Spieler gestellt wird, sind dabei niemals in Kategorien wie Schwarz und Weiß zu ermessen, sondern stellen den Spieler vor moralische Dilemmata, welche ihn dazu bringen sein eigenes Handeln zu hinterfragen.

Das Spiel beinhaltet 2,5D Hintergründe und 3D Charaktere und andere interaktive Elemente, die optisch dem Illustrationsstil angeglichen wurden.

Game Design / Illustration / Interface Design / Storytelling

Verschiedene Settings die die Spieler:innen im Laufe des Spiels durchlaufen und die angepasst an die Story immer dunkler und düsterer werden.



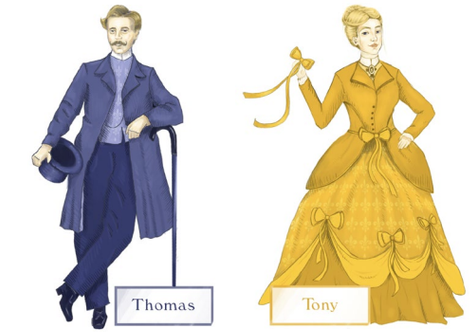


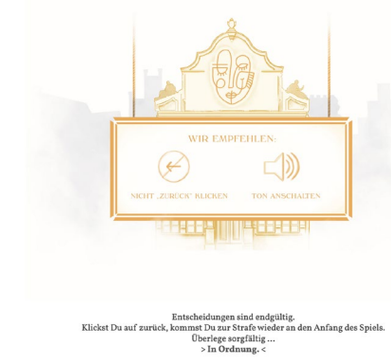
Die Spieler:innen lernen verschiedene, von einander getrennte Kulturen kennen, in denen sie mit Problemen und Herausforderungen unserer Welt konfrontiert werden und diese beeinflussen können. So thematisiert „Clockworld“ Machtmissbrauch, Homophobie und Diskriminierung, Armut und Überbevölkerung, eingebettet in eine fremde Welt mit eigenen Regeln.

Game design / Interface Design / Illustration / Storytelling

BUDDENBROOKS — ENTKOMME DEM VERFALL

Spielerische Klassiker.





Konzeption, Game Design und Gestaltung eines Textadventures für das Buddenbrookhaus in Lübeck. Der Literaturklassiker Thomas Manns wird dadurch spielbar und für neue Zielgruppen leichter zugänglich. Die Spieler:innen können durch eigene Entscheidungen von der Literaturvorlage abweichen und zu einem anderen Schluss gelangen als den Figuren im Roman vergönnt ist.

Als Illustrationsstil wurde ein erwachsener Stil gewählt, der die Illustrationen an ausgewählten Stellen aufzulösen scheint, wodurch das Thema „Verfall" visuell dargestellt wird. Farblich wurden die zwei wichtigen Farben des Romans gewählt: Gelb und Blau.

Game design / Interface Design / Illustration / Storytelling

Ladies and Gentlemen!
Meine Damen und Herren!
Herzlich Willkommen zu unserem neuesten
interaktiven Abenteuer!
Doch zuerst: Hier kommst du weiter, indem du auf die
hervorgehobenen Wörter oder Bilder klickst.
Verstanden?
Ja!

GAME JAMS —

Quick and Nerdy.
AWAKE.

Ein Game Jam ist ein Event an dem innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums ein Spiel zu einem meist vorgegebenen Thema erstellt wird.

„Awake“ wurde im Rahmen des Adventurejams von einer Fachjury prämiert und ist mit Storyyeller entstanden.

Game design / Illustration Storytelling

Konzeption und Gestaltung eines Videogames. „Awake“ ist ein Point 'n' Click Adventure im Stil eines Film Noirs. Die Spieler:innen müssen hierbei ihren eigenen Tod verhindern, der sich ähnlich wie bei „Täglich grüßt das Murmeltier“ immer wiederholt. Mit jeder Wiederholung können die Spieler:innen dazu lernen um schließlich dem Mörder zuvorzukommen. Der grafische Stil und die Schwarz/Weiß Optik wurden bewusst gewählt um die zeitliche Limitierung auszugleichen.

GAME JAMS —

Quick and Nerdy.
One Night at Lunaland

Game design / Illustration Storytelling

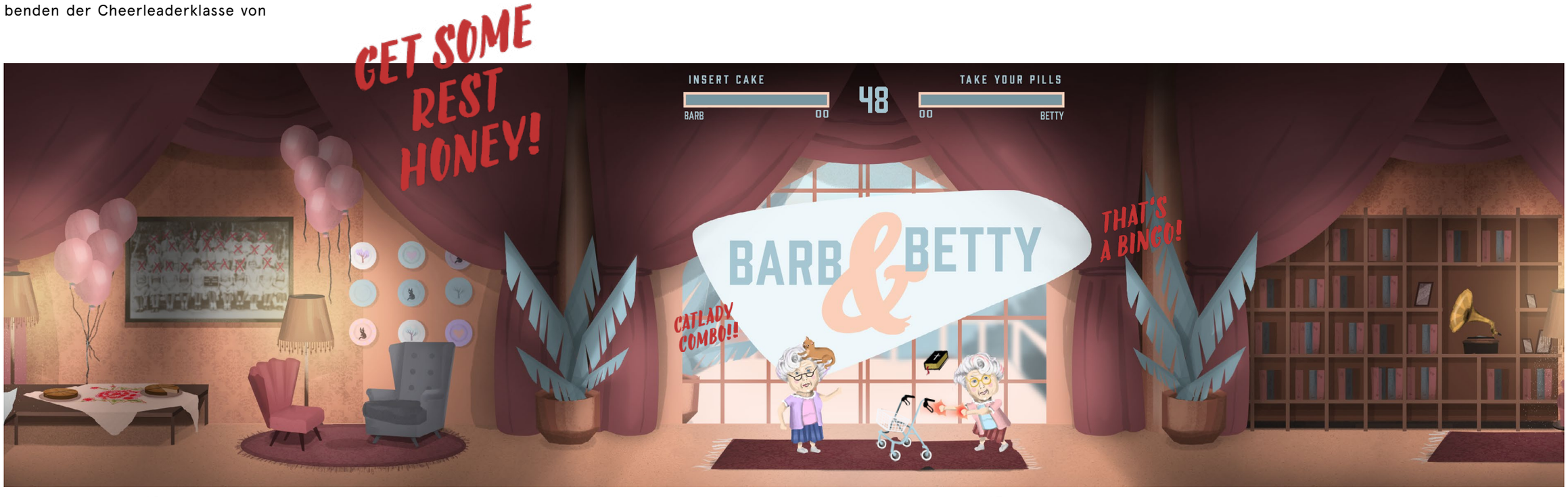
Dunkel und Surreal. Durch einen Mix aus Dali und Stephen King wird auch visuell eine unheimliche Atmosphäre geschaffen.

Konzeption und Gestaltung: „One Night at Lunaland“ ist ein Adventure Game, in dem sich die Protagonistin Luna nachts in einem verlassenen Vergnügungspark wiederfindet. Seltsame Fahrgeschäfte, gruselige Attraktionen und eine unheimliche Hypnotiseur-Puppe lassen erahnen, dass hier nichts so ist, wie es scheint. Wie sich schließlich herausstellt, ist sie gefangen in ihrem Unterbewusstsein. Die Fahrgeschäfte dargestellte Traumata. Zusammen mit ihrem Companion Tic, versuchen die Spieler:innen einen Weg hinaus zu finden.

GAME JAMS —

Quick and Nerdy.
Barb & Betty

Konzeption und Gestaltung. Man nehme ein Genre und lasse die Kernmechanik weg. Ein Beat 'em up ohne die Möglichkeit zu Schlagen. Eingebettet in die Geschichte um Barb und Betty, die einzigen Überlebenden der Cheerleaderklasse von 1952, können die Spieler:innen sich hier mit sarkastischen Kommentaren, Rollatoren, Bibeln und Pillen bekämpfen.



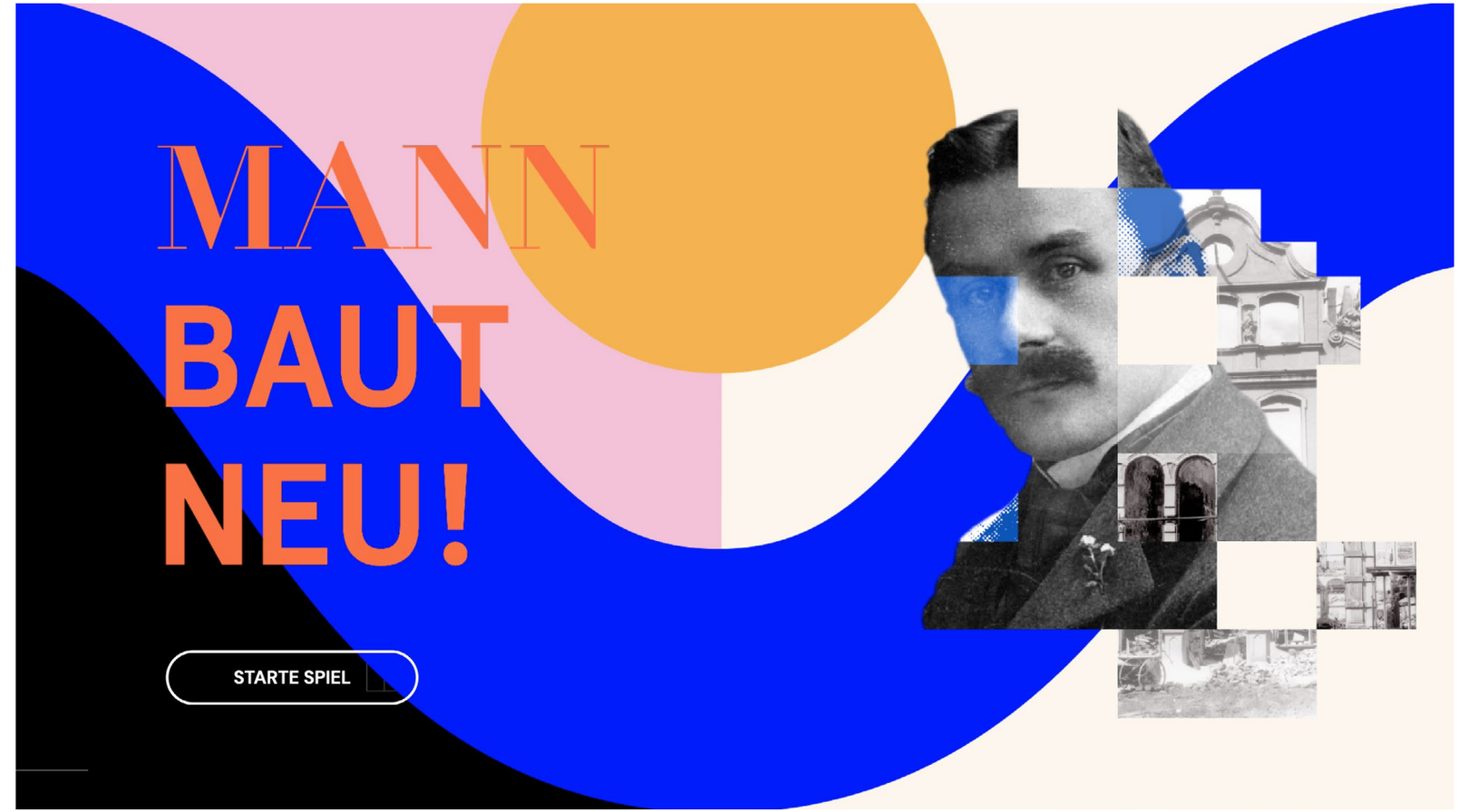
Game design / Interface Design / Illustration / Storytelling

BUDDENBROOKHAUS — MANN BAUT NEU

Literarischer Neuanfang

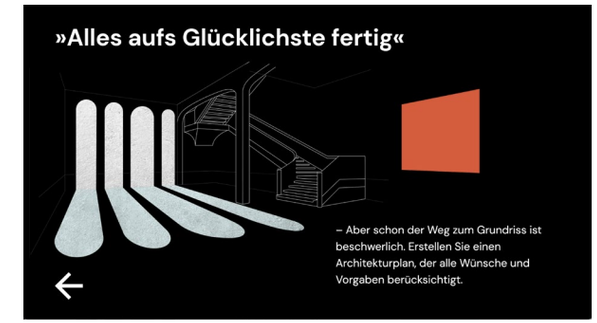
Konzeption, Game Design und Gestaltung: Das Buddenbrookhaus in Lübeck wird renoviert und bekommt einen Anbau dazu. Leider wird das Bauvorhaben durch allerlei unvorhergesehene Hürden verzögert. Um die Gründe und Schwierigkeiten den Besuchern begreifbar zu machen, wurde ein Spiel für die Webseite entwickelt, dass diese Hürden spielerisch erlebbar macht.

Die Spieler:innen sind in der Lage das geschlossene Buddenbrookhaus zu betreten und Raum für Raum freizuspielen. Farblich spielen die im Roman wichtigen Erkennungsfarben Gelb und Blau natürlich eine tragende Rolle. Kombiniert wurden diese mit zwei Zusatzfarben zu einem modernen Look.



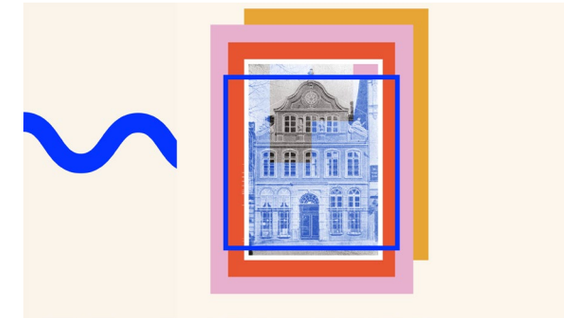
Das Haus und die einzelnen Räume sind zu Beginn Schwarz/Weiß, klickbare Flächen färben sich bei Berührung bunt um. In jedem Raum findet sich ein Zitat aus der Literaturvorlage, nach bestandenem Spiel wird der Raum „erleuchtet“ und umgefärbt. Die Spieler:innen werden dann außerdem mit weiteren Zitaten belohnt. Durch die klickbaren Flächen kommt man zu den Minigames die mit Themen wie: Fördermittel, Bürokratie, Denkmalschutz oder Pandemie spielen.

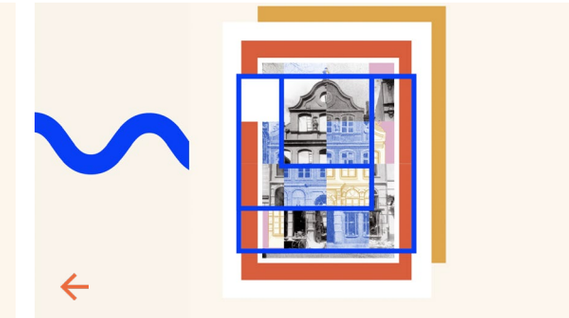
Da die Bauarbeiten noch im vollen Gange sind und auch die zukünftige Raumaufteilung noch nicht komplett fertig ist, haben wir uns dazu entschlossen immer nur Teile der Räume sichtbar zu machen.



Im Gegensatz zu den Räumen sind die Minigames bunt gehalten. Wichtig war hier auch eine Bandbreite von möglichst einfachen Spielen zu finden, da die Zielgruppe des Museums auch ältere Personen, die wenig Erfahrung mit Gaming haben, beinhaltet.

Eine Europakarte als Wimmelbild. Hier müssen die Spielerinnen versteckte Fördermittel finden.

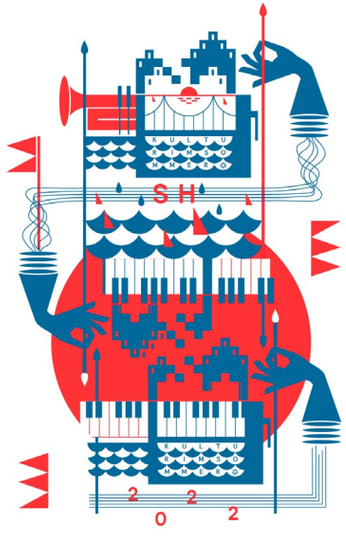




SNEAK PEEK —

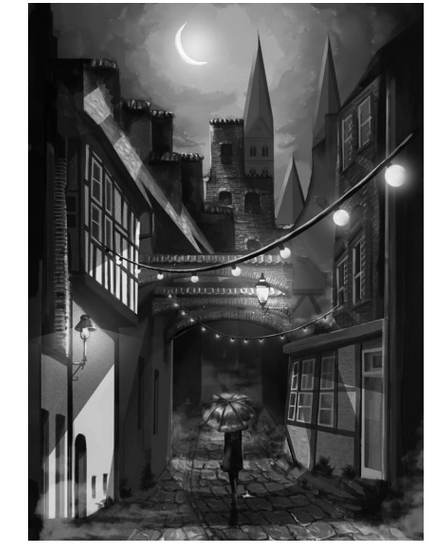
Ein kleiner Einblick in weitere Projekte.

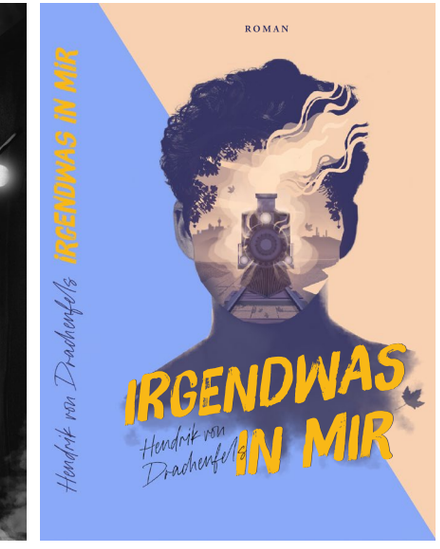
Von großflächigen Gemälden, Buch- und Plattencovern bis hin zu Infografiken, von analog zu digital, sind hier einige Ausschnitte aus Illustrationsprojekten zu sehen, die sich in den letzten Jahren angesammelt haben.

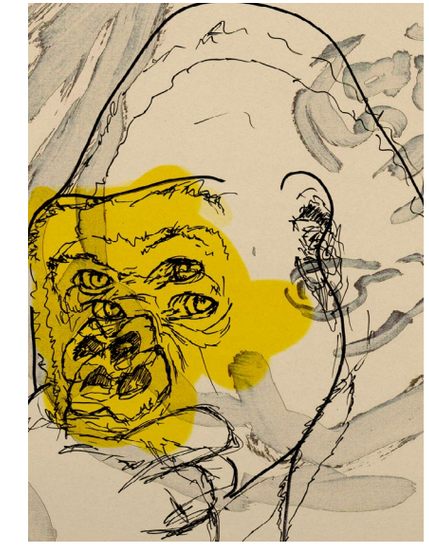


Oben: Entwurf für „Kultur im Sommer“, eine Kulturveranstaltungsreihe in Schleswig-Holstein.
Rechts: Acryl auf Leinwand für eine Veranstaltung zum Thema LGBTQ /Diversity / Equality.

Editorial Design







Moin, Grüezi Hallo.

Dinge über mich.

&

Internetseite
www.marcglasze.de

Adresse
Marc Glasze
Münzstraße 11
20097 Hamburg

Tel.
+49 160 98 33 72 44

Vita

2016-2023
Freelancer: Konzeption & Strategie, CI/CD, Branding, Markenstrategie, Editorial Design, Illustration, Webdesign, UI/UX, Game Design.

2022-2023
Visual/ UI/UX Designer für puls+zeit Gmbh – Agentur für Medien, Kiel

2016-2023
Art Direction für Storyyeller – Studio für interaktive Erlebnisse, Kiel-Hamburg

2014-2016
Master of Arts, Kommunikationsdesign Projektbüro (Strategische Kommunikation / Konzeption) Muthesius Kunsthochschule Kiel

2016
Mitgründer von Storyyeller Games – Studio für interaktive Erlebnisse, Kiel

2010-2014
Bachelor of Arts, Kommunikationsdesign HTWG Konstanz

2012
6 Monate Praktikum bei GUDBERG unprinted media GmbH, Hamburg. Danach freier Mitarbeiter.

2009
1,5 Monate Praktikum bei Frank Mueller Photography: Grafik und fotografische Assistenz, Gottmadingen

2008- 2009
2 Monate Praktikum bei a2r media: Grafik und Eventabteilung, Konstanz

***08.12.1988**
in Radolfzell am Bodensee

Programmkenntnisse:
Adobe CC
· Indesign
· Illustrator
· Photoshop
· After Effects
· Premiere
· XD
Sketch

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit. Wenn Ihnen gefällt, was Sie hier gesehen haben, dann würde ich mich über eine Rückmeldung sehr freuen.

Herzliche Grüße,
Marc Glasze

mail@marcglasze.de