

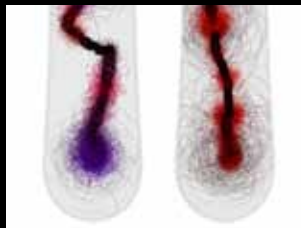
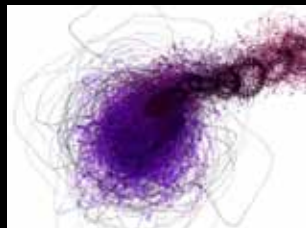
## PUSH SNOWBOARDING

02 / 2011

Push Snowboarding ist eine Kooperation zwischen Nokia und Burton die mittels einer Reihe Sensoren und einem Nokia N8 Daten eines Riders sammelt. Jetzt haben sie einen Wettbewerb gestartet, um diese Daten zu visualisieren.

Beim ersten Blick auf die Daten kommen einem sofort Ideen zu einer Informationsanalyse für Trainingszwecke oder für statistische Analysen. Da mir das jedoch zu offensichtlich erschien habe ich versucht einen anderen Zugang zu finden.

Es geht um Snowboarding, einen Fun Sport der nicht nur athletisch anspruchsvoll ist sondern auch zu einem großen Teil von artistischer Schönheit lebt. Warum also nicht diese Daten dazu verwenden diese Schönheit in einer abstrakten Weise einzufangen? Auf diese Weise könnte man die Schönheit des Boardens in einem Bild bewahren dass man sich dann an die Wand hängen oder als Hintergrund für sein Nokia N8 verwenden kann. Oder warum das Bild nicht gleich auf ein einzigartiges Snowboard drucken mit dem du dann noch mehr Daten für noch mehr beeindruckende Visualisierungen sammeln kannst.



## TIPCHIP

01 / 2011

<http://www.tipchip.com/>

TipChip hat es sich zum Ziel gemacht das Erlebnis Casino mit einem innovativen Spielchip und einer Kombination aus Funk- und Multitouch-Technologie zu modernisieren. So soll es in Zukunft möglich sein bargeldlos zu spielen sowie zusätzliche Services mit nur einem Chip zu bezahlen. Um diese Vision in einer realen Umgebung zu veranschaulichen haben Airborne einen beeindruckenden Imagefilm gestaltet. Meine Aufgabe war es dann, in Kooperation mit Ast&Nebel, eine Webseite zu gestalten bei der dieser Film im Mittelpunkt steht, die aber auch zusätzliche Informationen über mehrere Zugriffsebenen zur Verfügung stellt. Aus diesem Grund wurde keine klassische Webseite sondern vielmehr eine Online-Präsentation gestaltet. Horizontal navigiert man so von "Folie zu Folie", stets mit dem Imagefilm als zentralem Element im Hintergrund. All das hat natürlich den Vorteil dass die Webseite auch direkt so wie sie ist für Produktpräsentationen verwendet werden kann.



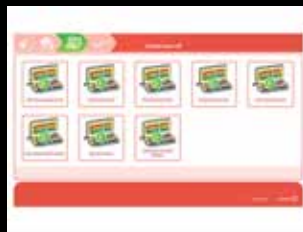
## SCHLAUMEIER entdecken Mathematik

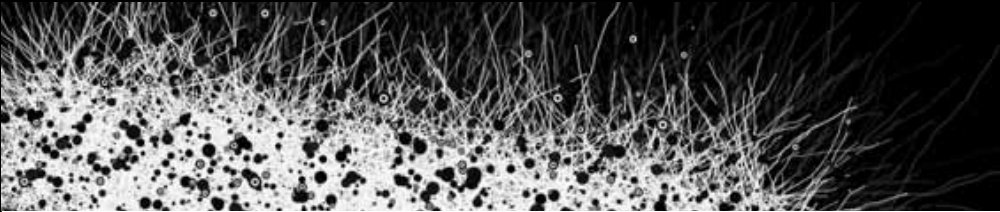


### SCHLAUMEIER 1&2

12 / 2010

Schlaumeier aufgepasst! Wer schon das ganze Arbeitsbuch von E.Dorner's SCHLAUMEIER entdecken Mathematik durchgearbeitet hat und noch immer nicht genug bekommt für den stehen jetzt neue Herausforderungen bevor. Mit den CD-ROMs zu den Arbeitsbüchern SCHLAUMEIER entdecken Mathematik 1 und 2 gibt es dank Zufallsgenerator eine schier endlose Anzahl von Übungsmöglichkeiten. Und da für beide CD-Roms keine Installati-on notwendig ist heißt es einfach CD einlegen und loslegen.





## WRITTEN IMAGES

11 / 2010

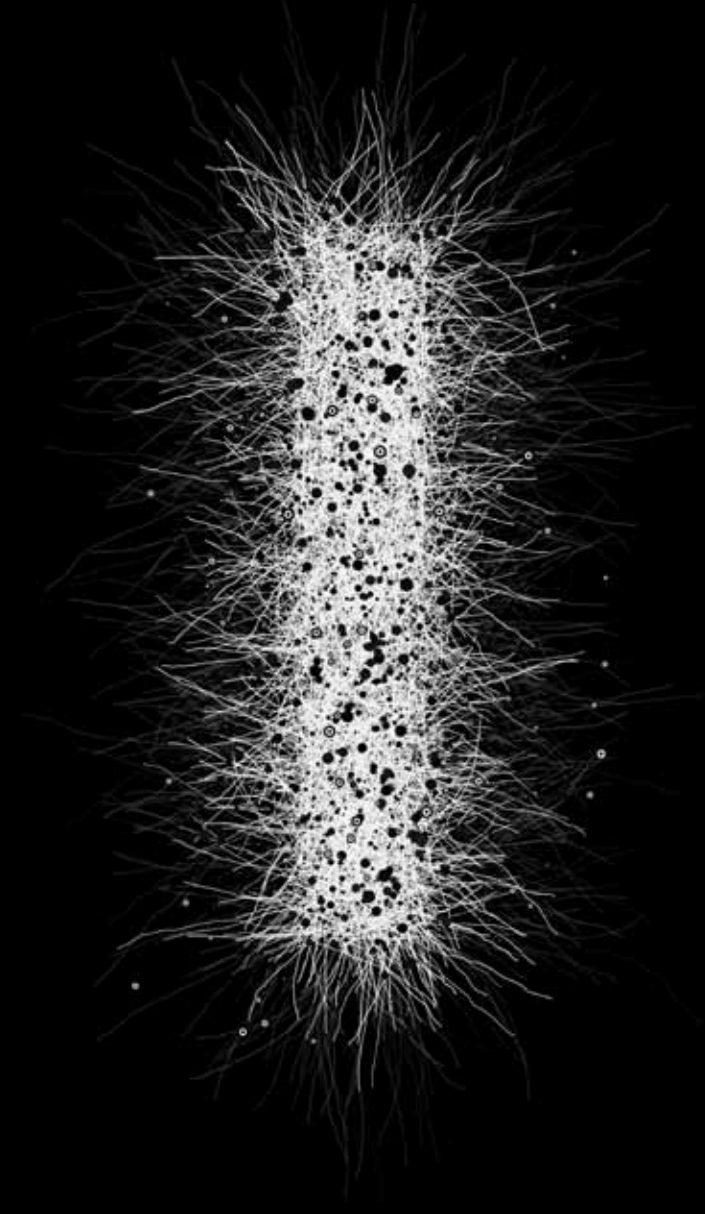
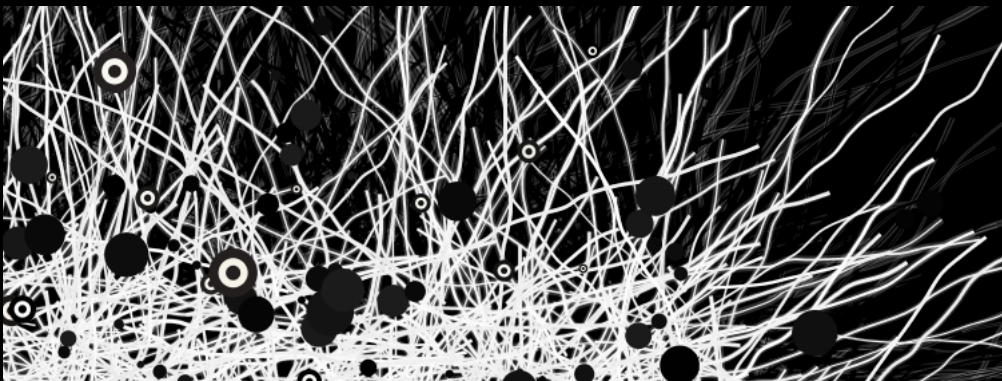
<http://writtenimages.net/>

Für ein ambitioniertes Projekt zum Thema Generative (Print) Design hat Martin Fuchs aufgerufen Programme zu schreiben welche in der Lage sind im Rahmen eines automatisierten Prozesses eine unbegrenzte Anzahl an einzigartigen Werken zu kreieren.

Oder in seinen eigenen Worten:

*Written Images; a project in contemporary generative print design and art. The final product will be a book that presents programmed images by various artists. Each print in process will be calculated individually – which makes every single book unique.*

Es ist mir eine Ehre von der Jury ausgewählt worden zu sein meine Arbeit in diesem Buch zu präsentieren.



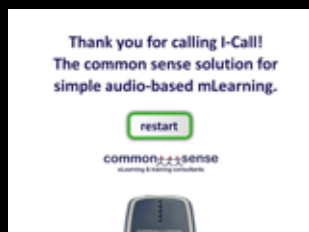
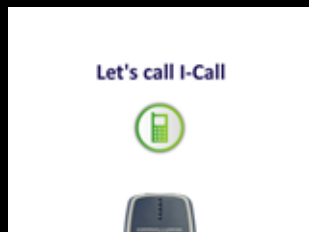


## I-CALL

11 / 2010

<http://www.common-sense.at/i-call/>

Mobile ist in aller Munde. Allorts sprießen Apps und mobile Webseiten – sei es für Mobile Entertainment, Mobile E-Learning oder Mobile Storytelling. Oft wird dabei aber vergessen dass gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern die Verbreitung von Mobiltelefonen zwar sehr hoch ist, aufgrund von schlechter Internetanbindung Smartphones aber nur geringe Verbreitung besitzen. Hier setzt I-Call, ein Projekt für Mobile Story-Based E-Learning an. Im Auftrag von common sense wurde dafür ein erster Prototyp entwickelt um Konzept und Bedienung zu evaluieren.



## WEINBAU SCHMID

06 / 2010

<http://schmidpepi.at/>

Die Grund auf neu entwickelte Webseite für den Perchtoldsdorfer Heurigen Schmid bietet die Möglichkeit sich ausführlich über das Wein- und Speiseangebot im Heurigen zu informieren. Dank einem virtuellen Rundgang kann man sich einen Eindruck vom Lokal machen und der ausgeklügelte Anfahrtsplan zeigt nicht nur wo man den Heurigen der Familie Schmid findet, sondern auch wo man am besten parkt und wie man öffentlich zum Heurigen kommt. Selbstverständlich können sie sich auch über die aktuellen Aussteckzeiten informieren und evtl. mittels Online Reservierung sofort einen Tisch reservieren. Und zu guter Letzt bietet die Webseite für alle Wein- und Weinbau-Interessierten einen eigenen Bereich in dem man durch eine Vielzahl von Bildern und interessanten Zusatzinformationen mehr über das Jahr im Weinbau erfahren kann.





## ARBORNE MOTION PICTURES PRODUCTION PICTURES

### AIRBORNE

07 / 2009

<http://a-mp.at>

Als Filmproduktions- und Motion Design-Firma war die Hauptanforderung selbstverständlich von Anfang an die Videos in den Mittelpunkt zu stellen. Schon beim öffnen der Webseite wird man daher mit einem vollflächigem Video begrüßt. Dieses Konzept die Videos in den Vordergrund zu holen erstreckt sich über die ganze Seite. Die reduzierte Navigation lässt stets die Videos als wichtigstes Element hervortreten und vermittelt durch weiche Animationen und Übergänge die Welt des Motion Design.

Möchte man sich ein Video genauer ansehen verschwindet die Navigation komplett und ermöglicht so einen ungestörten Videogenuss. So konnte für Airborne ein Erlebnis entstehen, welches weit über den normalen Rahmen einer Webseite hinausgeht und sich mehr wie ein Video-Portfolio als wie eine Webseite anfühlt.





## CODED BEAUTY - DIE GENERATIVE METHODE ALS ÄSTHETISCHE PRAXIS DER COMPUTERGRAFIK

10 / 2008

<http://codedbeauty.kraftner.com>

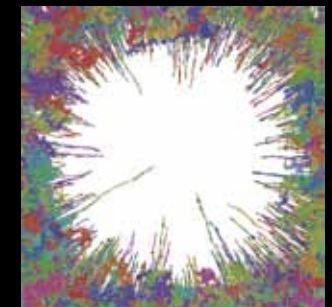
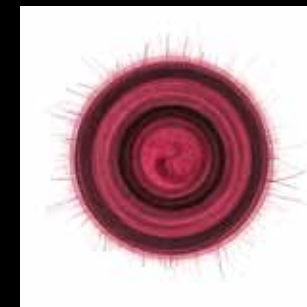
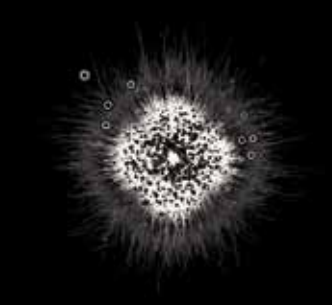
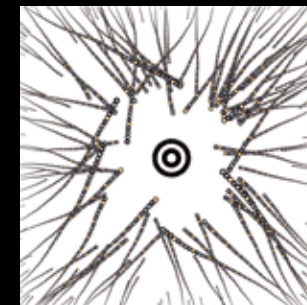
**Computer sind aus unserer Welt und der heutigen Medienproduktion nicht mehr wegzudenken. Doch die dabei verwendeten Methoden stammen häufig noch aus dem Vor-Computerzeitalter. Die generative Computergrafik bietet dagegen eine neue Herangehensweise, die dem vollen Potential von New Media gerecht wird.**

Wenn jemand eine Idee für eine Medienproduktion hat, muss er sie zuerst einmal umsetzen. Das kostet Zeit. Und wenn man die Idee verändert, muss man wieder von vorne anfangen. Muss das so sein? Was wäre, wenn man dem Computer die Ideen „erklären“ könnte, damit er sie dann automatisch und sogar variabel ausführt? Das würde Zeit, Geld und Nerven sparen. Die generative Methode hat genau das zum Ziel. Die Diplomarbeit „Coded Beauty“ bietet einen interessanten Einblick in genau diese Methode.

Für den Leser werden die Prinzipien der generativen Methode und ihr Potential aufgezeigt. Dabei wird die Grenze zwischen Informatik, Naturwissenschaften, Mathematik, Design und Kunst ständig überschritten. Programme als kreatives Material. Mathematik und Naturgesetze als kreativer Spielplatz. Kunst als Design.

Noch gibt es nicht viele, die so denken. Doch jene wenigen schaffen Erstaunliches. Generative Computergraphiker wie Joshua Davis oder Mario Klingemann zeigen bereits, was in dieser Methode an Möglichkeiten steckt. Es gibt viele praktische Anwendungen für die generative Methode, seien es Visuals, Musikvideos oder Datenvisualisierungen.

Wer sich bis jetzt nichts darunter vorstellen kann, sollte diese Diplomarbeit lesen und einen Blick auf das beiliegende Programm werfen. Mit diesem kann jeder, nicht nur ein Programmierer, das kreative Potential der generativen Methode erforschen. Anhand einfacher Beispiele findet jeder seinen Einstieg. Ab dann sind die einzigen noch gesetzten Grenzen die der eigenen Ideen.





## CARPE DIEM

04 / 2009

In Zusammenarbeit mit FONDA wurden für Carpe Diem zwei Newsletter-Templates entwickelt. Eines für das Newsletter-System von Eyepin und eines für den manuellen Versand aus dem Mail-Client. Den besonderen Anforderungen beider Versandarten wurde dabei nicht zuletzt durch umfangreiche Tests diverser Webmail-Anbieter und Mailclients Sorge getragen um eine maximale Verfügbarkeit zu gewährleisten.



## GENERALI TEAMEVENT

11 / 2007

Dieses Projekt entstand während meines Praktikums bei FONDA. Für einen internen Event wurden Einwegkameras an die Besucher verteilt. Anschließend wurden diese Fotos gescannt und sortiert. Die Webseite ist schließlich ein Mosaik aus diesen Bildern, welche das Generali Viva Logo formen. Natürlich kann man die Photos auch in voller Größe betrachten und alle Bilder durchblättern.



## FH CAMPUS WIEN

04 / 2008

In Zusammenarbeit mit YODA.DESIGN.ANIMATION wurden diverse Flash-Banner erstellt, welche auf Online-Auftritten von Tageszeitungen potentielle Studenten aufmerksam machen sollten.



## CELEBREMUS.COM

01 / 2008

<http://celebremus.com>

Diese Domain war vor und während meinem Studium mein ganz persönliches Experimentierfeld. Mittlerweile ist davon nichts mehr zu merken. Da sich die Seite immer mehr zu einem reinen Fotoalbum entwickelt hat habe ich Anfang 2008 den Sprung gewagt und sie auch endlich vollständig also solche umgebaut. In ihrem jetzigen Zustand ist sie ein auf flickr basierendes Frontend, dass es auf bequeme Weise ermöglicht durch meine Fotos zu blättern.

Nebenbei sei erwähnt dass ich hier auch das erste mal das von Aral Balkan entwickelte SWX-Format verwendet habe, welches die reibungslose Kommunikation zwischen Server und Flash ermöglicht.



## SPRINGSEVEN

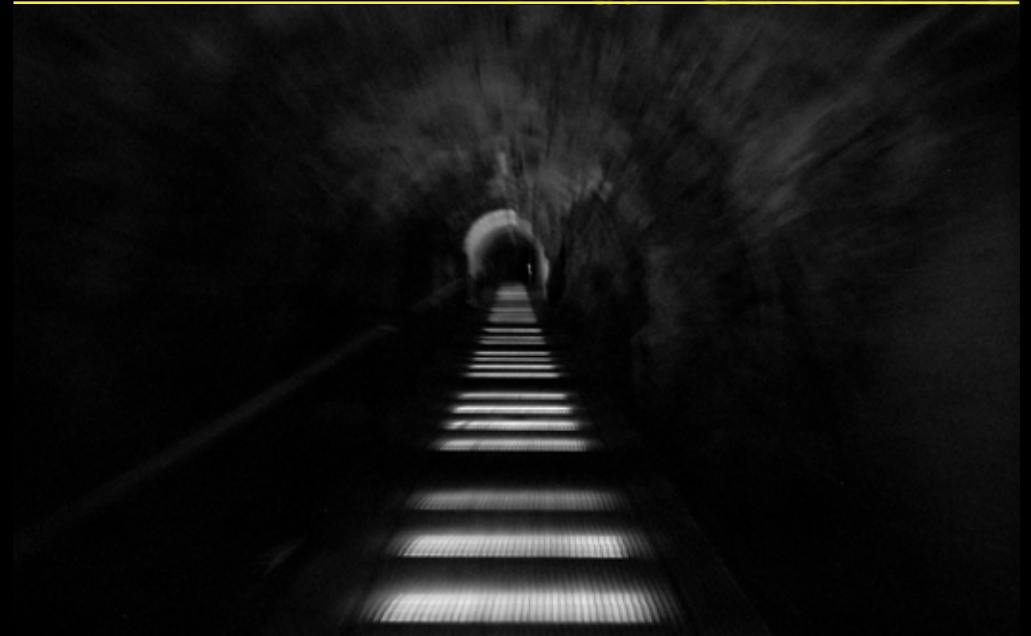
05 / 2007

[Springseven@Youtube](#)

Im Rahmen vom springseven Festival haben viele spannende Dinge stattgefunden, unter anderem entstand ein Musikvideo für Amtrak, eine Ausstellung sowie zwei Tage Live VJ Performance im Kunsthaus Graz.

Das Musikvideo für Bass or die von Amtrak spielt in einer ausgestorbenen Stadt über der der Schatten, oder besser gesagt das Licht einer unbekannt-ten Bedrohung liegt. Basierend auf nächtlichen Photos von Graz sieht man die letzten Minuten der Stadt aus den Augen eines Flüchtenden. Film Noir lässt grüßen.

Während dem Festival wurden dieses und einige weitere Musikvideos in einer Ausstellung präsentiert, während daneben das Kunsthaus mit einer Live VJ Performance bespielt wurde.





## RED

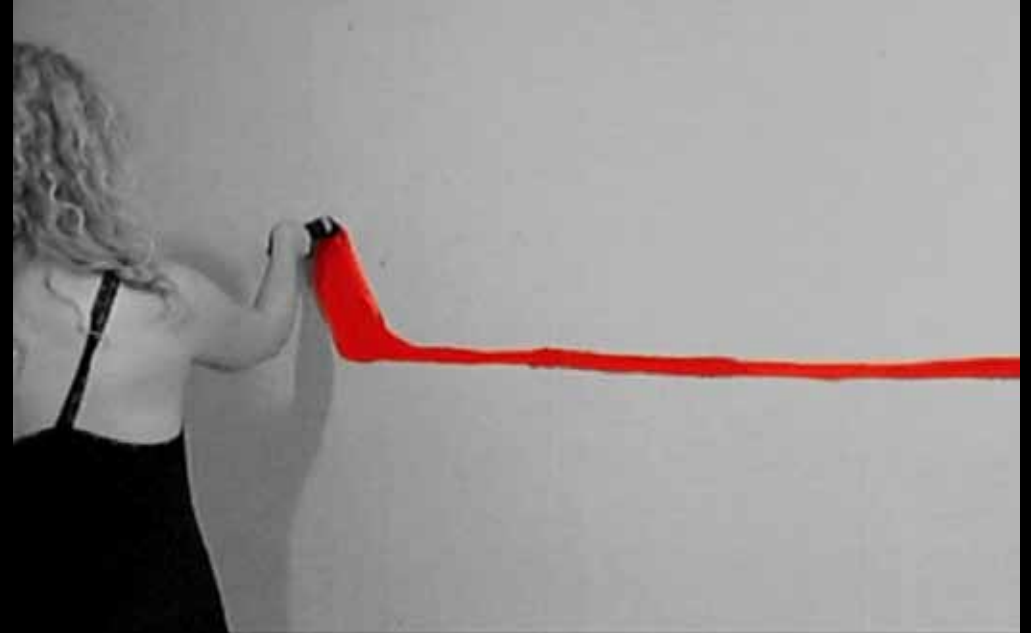
12 / 2006

Red@MySpace

Red ist der bis jetzt professionellste Film an dem ich mitgewirkt habe. Er handelt vom Versuch und Scheitern aus einer unangenehmen Situation auszubrechen. Kleine Dinge können oft große Dinge auslösen und uns dazu bringen vieles grundlegend zu überdenken.

Da sich die Geschichte selbst vielleicht nicht sofort erschließt, mag im ersten Moment der trichromatische visuelle Eindruck im Vordergrund stehen. Dieser war dabei meine Hauptaufgabe dieser Produktion.

Dieser Film entstand während meines Auslandssemesters in Finnland, zusammen mit Kollegen aus ganz Europa. Dabei war es interessant zu sehen wie die selben Ideen und Konzepte ganz unterschiedlich auf Menschen verschiedener Nationen und mit verschiedenen Hintergründen wirken können.



## BrickOut



### BRICKOUT

07 / 2006

Wer kennt sie nicht, die kleinen Figuren aus der Kindheit – LEGO! Ursprünglich als erstes persönliches Experiment mit Stop-Motion gedacht wurde mit ein bisschen digitaler Nachbearbeitung bald ein kleiner Kurzfilm daraus. Und auch wenn Stop-Motion ein aufwendiges und mühseliges Verfahren ist, mal ehrlich, wer würde nicht immer noch gerne ab und zu mit Lego spielen?

