

WWW.NOVUMNET.DE ISSN 1438-1753 B 3149 11,- € 20,- CHF

novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 05 / 11

INTERNATIONAL ISSUE
GERMAN / ENGLISH



DESIGN IN
EASTERN EUROPE

WEIDEMEYER KELLER
BRANDING

PROFILE SCHÄREEN
CREATIVE, CHARACTERFUL DESIGN

KAT MENSCHIK

FRECH-FRISCHER STRICH
BRIGHT, BOLD ILLUSTRATIONS

SKIN DESIGN

NORWEGISCHE NORMBRECHER
NORWEGIAN NONCONFORMISM



4 198092 911000

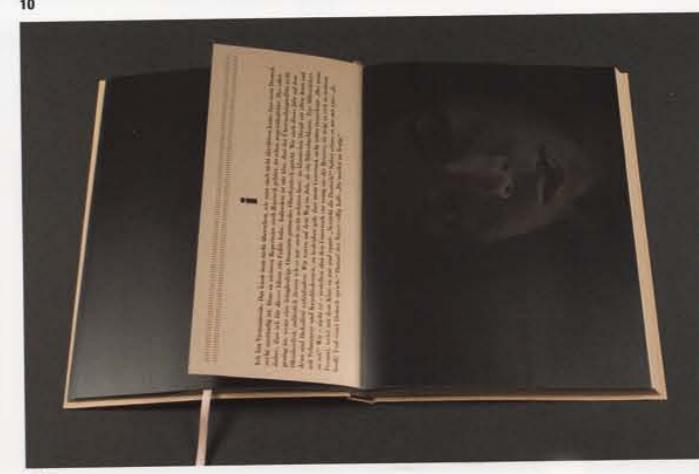
05

GESCHICHTE LIEGT NOCH VOR UNS ...

Da sind sich Kerstin Weidemeyer und Markus Keller einig. Aber auch wenn ihre gemeinsame Agentur noch nicht einmal den ersten Geburtstag feierte, scheint ihr Portfolio einer anderen Zeitrechnung zu folgen ... eine fantastische Arbeit reiht sich hier an die nächste! **History is the road ahead ...** Kerstin Weidemeyer and Markus Keller agree about that. Indeed, their jointly-run agency has still to celebrate its first birthday. And yet their portfolio seems to have set a runaway pace of its own ... no sooner is one fabulous project realised than another follows! »



showroom : weidemeyer keller branding



Die Wege der beiden Kreativen Kerstin Weidemeyer und Markus Keller kreuzten sich bereits im Jahr 2001: Kerstin Weidemeyer war nach Stationen bei Böhm Design und der Springer & Jacoby-Tochter Baxmann&Harnickell bei häfelingert+wagner in München für die Konzeption und Gestaltung von Imagepublikationen und Geschäftsberichten verantwortlich. Markus Keller wiederum begann seine Laufbahn bei Grey und Graffiti, bevor er als freier Art Director unter anderem für Martin et Karczinski und häfelingert+wagner agierte. Und auch wenn das kreative Team schon damals bemerkte, daß man in puncto Qualitätsanspruch und Designverständnis auf

einer Welle schwimmt, dauerte es noch einige Jahre, bis es zur gemeinsamen Agenturgründung kam. Kerstin Weidemeyer setzte ihren Weg jedenfalls in der Gründung von Foessel Weidemeyer fort; Markus Keller hob die Agentur CreativeRooms mit aus der Taufe. In 2010 war es aber dann soweit und die gemeinsame Zielsetzung lautet seither: Ganzheitliches Denken, Marken erlebbar machen und Profile konsequent schärfen. Konsistent über alle Medien hinweg werden neue, strategische Ansätze gesucht, die signifikante Unterschiede zu Mitbewerbern herausarbeiten und Kernaussagen verdichten. »Das ist die Grundlage für die Gestaltung kreativer und unver-

wechselbarer Konzepte, die wir auf die jeweilige Zielgruppe maßgenau zuschneiden«, so die beiden Gründer. Dabei geht man mit der gleichen Leidenschaft an Aufträge für große Labels wie für vermeintlich kleine Kunden: »Die Fallhöhe liegt zwischen der renommierten Modemarken, die ein breites Feld für kommunikative Ansätze bietet und beispielsweise einem Handwerksbetrieb aus dem bayerischen Umland, dem man keine offene, moderne Denke zutraut. Wir lieben den Kontrast – und genau das spiegelt unsere Kundenstruktur wider.« Und in der Tat finden sich in dem frischen wie überraschenden Portfolio Umsetzungen für Möbeldesigner, Sportmarken, Fotografen, Stoff-

manufakturen und Gastronomiebetriebe ebenso wie für Architekten, Unternehmen der Medizin- und Sicherheitstechnik sowie der Immobilien- und Druckbranche. »Unterstützung erhält unser vierköpfiges Team von Spezialisten aus allen Bereichen und quer durch die Kommunikationskanäle. So bleiben wir flexibel und spontan«, erzählt das sympathische Kreativduo. Es läßt sich zwar schwer verleugnen, daß die Wurzeln von weidemeyer keller im Printbereich liegen – viel zu verräterisch ist der feinfühlige Umgang mit Material, Veredelungs- und Drucktechniken –, diese Sensibilität schlägt sich aber auch auf allen anderen medialen Bühnen nieder und garantiert so

ganzheitliche Lösungen aus einem Guß. Und auch der Spaß an spannenden Konzepten und bis ins Detail stimmigen Umsetzungen ist offensichtlich. Als Beleg hierfür dient die hauseigene Kalenderedition, für die in diesem Jahr Hubertus Hamm unter dem Titel »münchner welt zwei« bekannt ausdrucksstark fotografierte. Den Funken möchte man eben überspringen lassen, in allem, was man visualisiert. Diese Maxime ist eine hohe Meßlatte, die von weidemeyer keller aber scheinbar mühe- und schweißlos übersprungen wird ... bs

01 Projektübersicht / projects overview

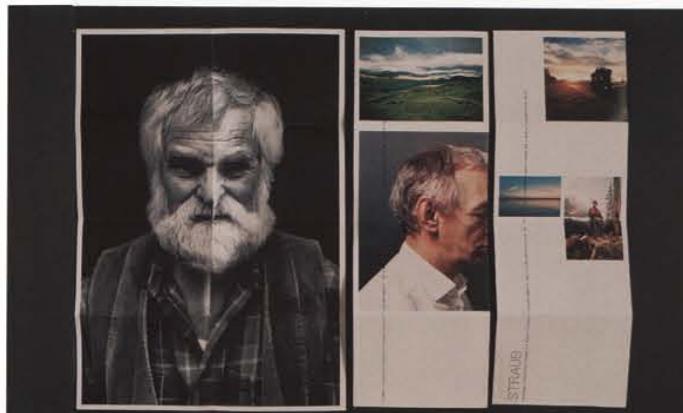
02 – 05 Imagebroschüre / image brochure. Kunde / client: Fibo Druck- und Verlags GmbH

06 + 07 Corporate Design. Kunde / client: Thomas Kandler Moebel

08 – 10 »White Box – Die Frauen«. Ausstellungskommunikation / communication tools for an exhibition. Kunde / client: Anna Peisl

11 + 12 »Münchner Welt Zwei«. Kalender / calendar

showroom : weidemeyer keller branding



13



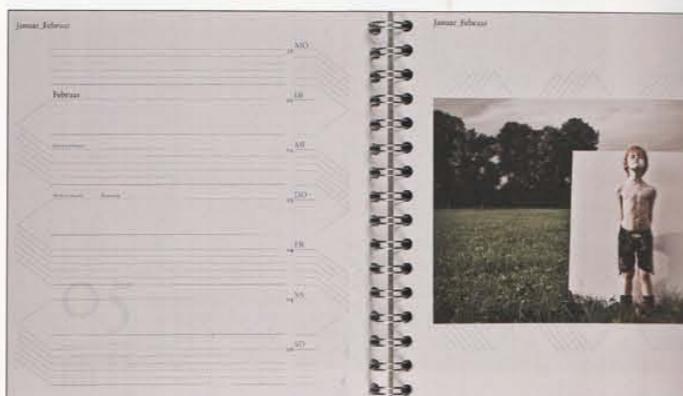
14



14



16



18



17

The paths of these two creatives first met as long ago as 2001. Kerstin Weidemeyer, after gaining experience at Böhm Design and the Springer&Jacoby subsidiary Baxmann&Harnickell, was working for häfelinger+wagner in Munich, her responsibilities covering concept and design work for image publications and company reports. Markus Keller, for his part, began his career at Grey und Graffiti, then worked as a freelance Art Director, his clients including such names as Martin et Karczinski and häfelinger+wagner. The future creative team saw eye to eye even then on quality issues and design thinking, but it was to be several years more before they joined forces in their own agency. Kerstin Weidemeyer meantime ploughed her own furrow further by founding Foessel Weidemeyer; Markus Keller played godfather to the agency CreativeRooms.

But 2010 saw the joint agency launched, and since then the agreed programme has featured the following key points: thinking holistically, bringing brands to life and sharpening profiles. Consistently and across the whole spectrum of media, the team seeks out new strategies that distinguish companies from the competition and reinforce core messages. »On that foundation we design creative and characterful concepts tailored in every case to the specific target group,« Weidemeyer and Keller say. And commissions, be they for big labels or for what appear to be small clients, are all tackled with equal verve: »The spectrum of work extends from the household fashion brand, which means lots of scope for different communicative techniques, right across to, perhaps, a specialised craft business somewhere in rural Bavaria, where you don't expect much openness to modern ideas. We love contrast – and that's something that our client structure gives us in spades.« The comment is amply borne out by their surprising, refreshingly distinctive portfolio, which describes solutions reached for furniture designers, sports brands,

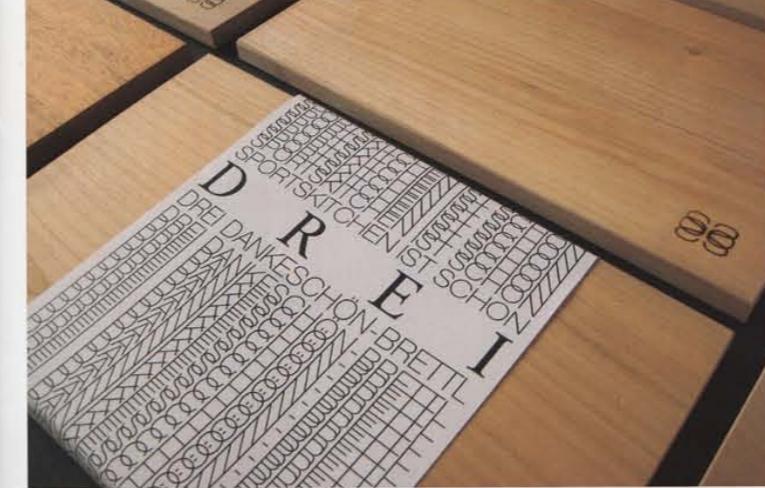
photographers, textile manufacturers and the restaurant trade, along with architects, companies from such fields as medical technology and security technology, property and printing. The relaxed creative duo have a further point to add: »Our team of four can call on specialist support in any field, using any of the whole range of communication channels. That way we stay flexible and react quickly.« While there can be no doubting that weidemeyer keller has its roots in the field of print – the giveaway is their deftness of touch as they work with materials and with finishing and printing processes – they bring the same sensitivity to all the other media platforms, ensuring rounded, balanced,



19



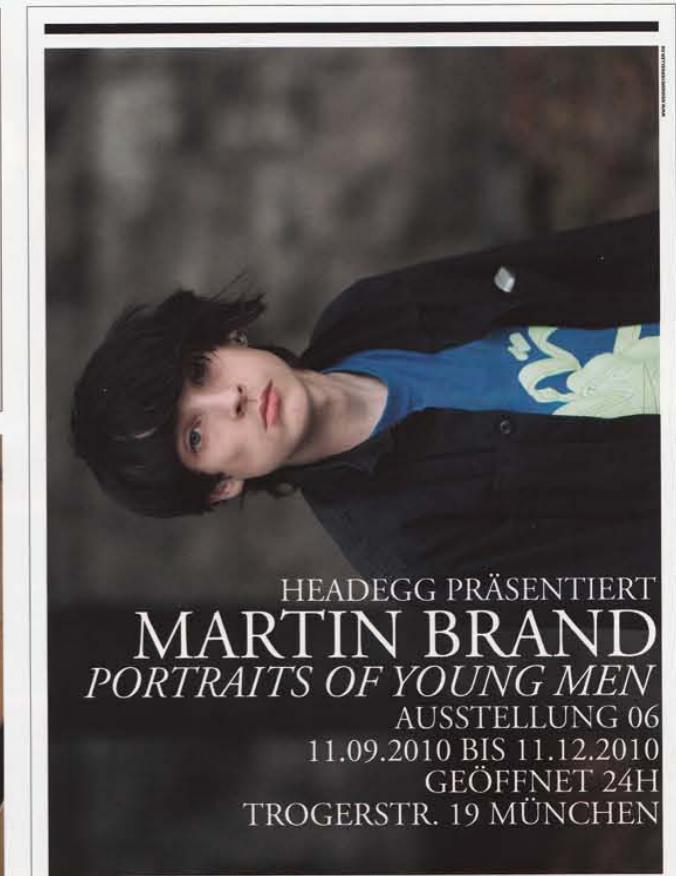
20



19



21



20



22

13 - 16 Corporate Design. Kunde / client: Straub
17 + 18 »Zefix 2011«. Kalender / calendar.

Kunde / Client: Süddeutsche Zeitung

19 Corporate Design. Kunde / client: Sportskitchen
20 »Portraits of young men«. Ausstellungskommunikation / communication tools for an exhibition. Kunde / client: Kunspavillon Headegg

21 + 22 Corporate Design. Kunde / client: Seerose (Restaurant)

www.weidemeyerkeller.de