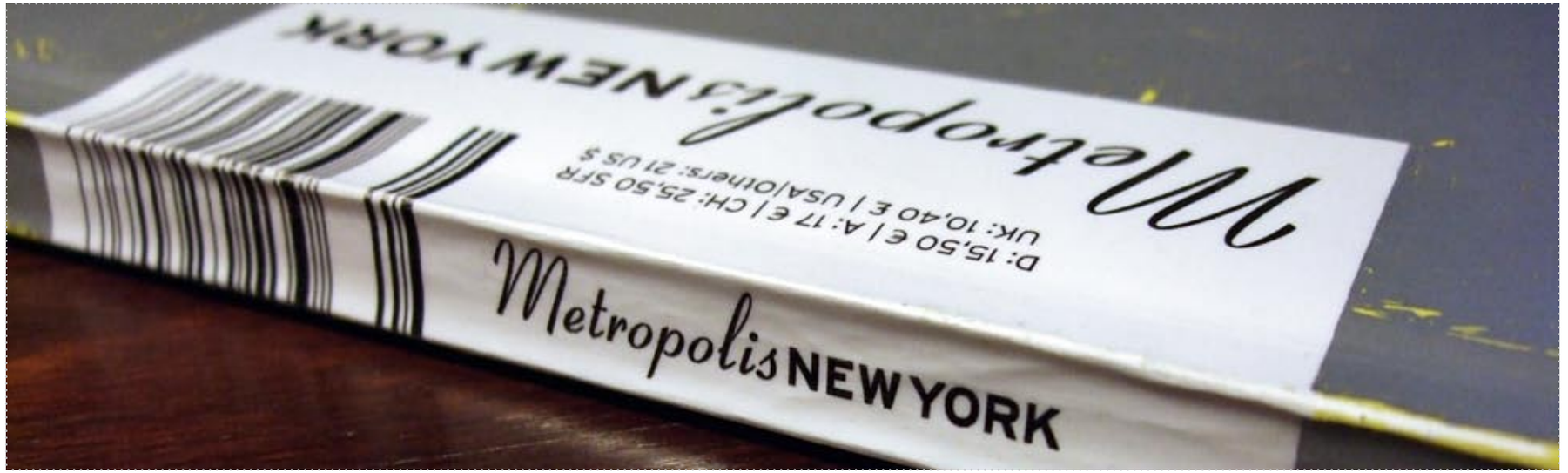
BUCHSTABENLIEBE

PORTFOLIO: SONJA THIEMANN . DIPLOM-DESIGNERIN

METROPOLIS NEW YORK

Diplomarbeit zum Thema „New York Magazin“
– eine Auseinandersetzung mit dem Phänomen
Großstadt am Beispiel New York





140 Seiten, 245 x 330 mm, Innenseiten 4-farbig,
Umschlag silberner Rubbellack auf gelbem Grund



Doppelseite









Detail



KATJA HIRCHE

just turned 30 – now the end is near, Antique dealer & iPod Case company co-owner
from Germany to New York City in 1999

THE COLOR OF NYC
FOR ONCE, I DON'T HAVE AN ANSWER

8 MILLION AND YOU
THE LUXURY TO HAVE YOUR OWN RETREAT AS SOON AS YOU CLOSE THE DOOR AND CHOSE TO LEAVE THOSE 8,000,000 PEOPLE OUTSIDE . . . . THAT'S REALLY A MASTERCARD MOMENT

SUBWAY SPLEENS
I RIDE THE SUBWAY ONLY DURING THE WEEKENDS WITH MY GIRLFRIEND WHO IS ENTERTAINING ENOUGH FOR ME TO LEAVE MY BOOK/IPOD/NAILCLIPPER AT HOME

FAVORITE RIDE
I STICK TO THE N, R, 3, 5, 6 . . . . OTHERWISE I GET CONFUSED BY COLORS AND TRANSFERS

SO NEW YORK ...
CHACHA

HOW DID YOU END UP IN NYC?
While studying Linguistics, History and Italianistic in Stuttgart I got a call from my uncle in New York to join him in his effort to sell expensive antiques to celebrities ... I turned to my university books, thought for a short second, ran and never looked back.

WHY DID YOU STAY IN NYC?
Oh, I haven't found a reason why I should not stay.

DO YOU LIKE LIVING IN THE CITY?
I can have almost everything I want – whenever I want it ... even silence at night and isolation on my tarbeach on the roof.

WHAT DOES NYC MEAN TO YOU?
A home within me –
a refuge shared amongst so many diverse minds that it seems like its own country.

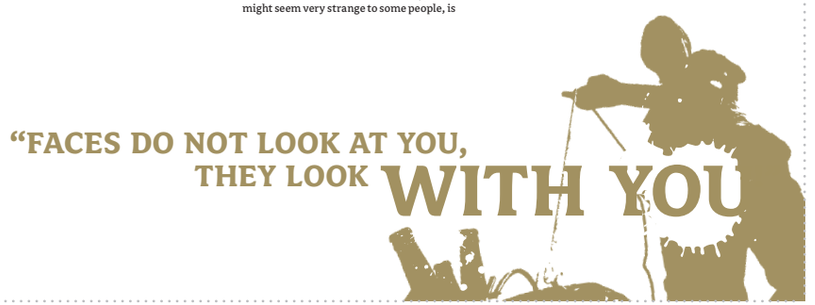
WOULD YOU CONSIDER TO MOVE TO A DIFFERENT CITY OR ELSEWHERE?
I would/will move when my body cannot walk from 13th Street to Battery park anymore ... when I lose the ability to walk within my paradise. But hopefully by then, someone will have invented the "beam-me-up, Scotty" machine.

WHAT IS THE DIFFERENCE BETWEEN LIVING IN NYC AND YOUR HOME TOWN?
Gosh, everything. What I loved from the first moment I set foot into the city, what might seem very strange to some people, is that faces do not look at you, they look with you, they share your moment, instead of judging you right there by how you look or act. In New York, everyone can be on stage or off and that in the same spot. You can be who you are, without having to constantly think "are my legs shaved?, do I have a stubble on my toe, oh my God, she saw that I haven't had a pedicure in a week!" ... you can be well-dressed without reading a "who the hell does she think she is, wearing a ball gown at 3 pm on a Thursday?" in a woman's face.

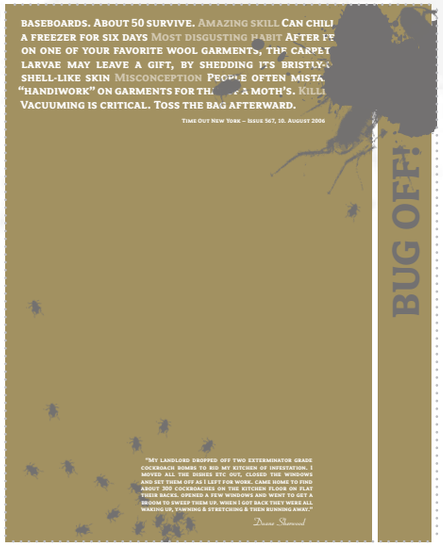
DO YOU EVER FEEL OVERWHELMED BY THE CITY?
Hmm, at times I am overwhelmed by the city's beauty, watching the Hudson River turn crimson during a sunset unexpectantly or having a squirrel look at you as if you were an intruder in its world. Little surprises that make one smile, wait on every corner.

WHAT'S THE DATING SCENE LIKE IN NYC?
Fortunately I only dove into it once, for two months ... and that was all I need to hope for "never again".

WHAT'S YOUR FAVORITE FORTUNE COOKIE?
The one that tells me "don't believe in fortune cookies"



Doppelseite





Detail





DIE SILHOUETTE VON NEW YORK, AUCH WENN MAN NOCH NIE DORT GEWESEN IST, KENNT MAN GENAUER ALS DIE EINER STADT, DIE MAN SCHON HUNDERTMAL BESUCHT HAT.

DROGE NEW YORK

MICHAEL SCHULTE

Es gibt Menschen, die nie in ihrem Leben verreist sind, nie die Grenzen ihrer Stadt oder ihres Dorfes verlassen haben, aber auch diese Menschen wissen, wie die Skyline von New York aussieht. Über das Bild anderer, ebenso bekannter Städte hat man allgemein recht ungenaue Vorstellungen, man weiß allenfalls ein paar Sehenswürdigkeiten zu nennen, den Petersdom, den Eiffelturm, den Kreml, doch wie sich einem die Stadt darbietet, wenn man sich ihr nähert, weiß man nicht zu sagen. Nur die Silhouette von New York, auch wenn man noch nie dort gewesen ist, kennt man genauer als die einer Stadt, die man schon hundertmal besucht hat. Kommt man nach Paris oder Rom, fällt einem alles ein, was man über Paris oder Rom weiß; sieht man zum erstenmal New Yorks Skyline, vergißt man alles, was man über New York gelesen und gehört hat. Vielleicht weil man in Rom an die Vergangenheit denkt und in New York an die Gegenwart und Zukunft. Tausende, Hunderttausende sind der Skyline verfallen, haben, schon als sie ihrer das erstemal ansichtig wurden, beschlossen, nach New York zu ziehen, in New York zu bleiben; manche sind reich geworden, andere haben es zu einer Wohnung mit einer schönen Polstergarnitur gebracht, viele sind vor die Hunde gegangen, alle waren sie der Droge New York verfallen, und einige sind darüber anderen Drogen verfallen und müßten eigentlich gleich von zwei Drogen geheilt werden. Wie gesagt, jeder kennt die Skyline New Yorks, aber hat man sich eine Woche in dieser Stadt aufgehalten, hat man die Zeit genutzt und sich die Stadtviertel erwandert, weiß man nicht mehr, wie New York aussieht. Es dreht sich einem der Kopf, man ist verwirrt, abgestoßen, fasziniert; Touristen überlegen sich, was sie zu Hause erzählen sollen; als sie hier ankamen, hatten sie ihr festgefügtes New-York-Bild, jetzt wissen sie nichts mehr, die Eindrücke wirbeln durcheinander; mischen sich nicht zu einem brauchbaren, griffigen Bericht zusammen.

NEW YORK CITY – STADT DER HUNDERT STÄDTE[2]

Doppelseite







Detail

RAUMFREI

Kommunkationsaktion für den Ausstellungs-
parcours in der Krefelder Innenstadt in
Zusammenarbeit mit Nina Lösel

Flyer_Plakate_Klebebänder
Buchgestaltung mit Farbfotografien von
Denny Mohr



Werbeplakat im Stadtraum (Plakat 1)



Plakat 1

Klebeband

Plakat 2

Zweiteiliges Plakat am Ausstellungsort







Einladung als Postkarte mit Klappe
Format C6, ausgeklappt lang DIN



Klebeband als Eye-Catcher im Stadtraum









104 Seiten, 210 x 286 mm,
Innenseiten 4-farbig,
Umschlag schwarz-weiß,
Schutzumschlag mit Klebeband



Doppelseite









Detail

FRAîCHE

Verpackungsdesign für fiktiven
Schnellimbiss

Konzept_Logoentwurf_Verpackungsdesign







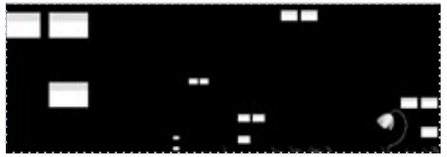


Das Corporate Design für den gesunden Schnellimbiss fraîche ist auf ein grünes Label reduziert. Der Inhalt wird per Hand gekennzeichnet. Die überstehende Lasche des Logos kann abgetrennt werden und dient gleichzeitig als Visitenkarte mit Anschrift und Öffnungszeiten.

ANIMATION & ILLUSTRATION







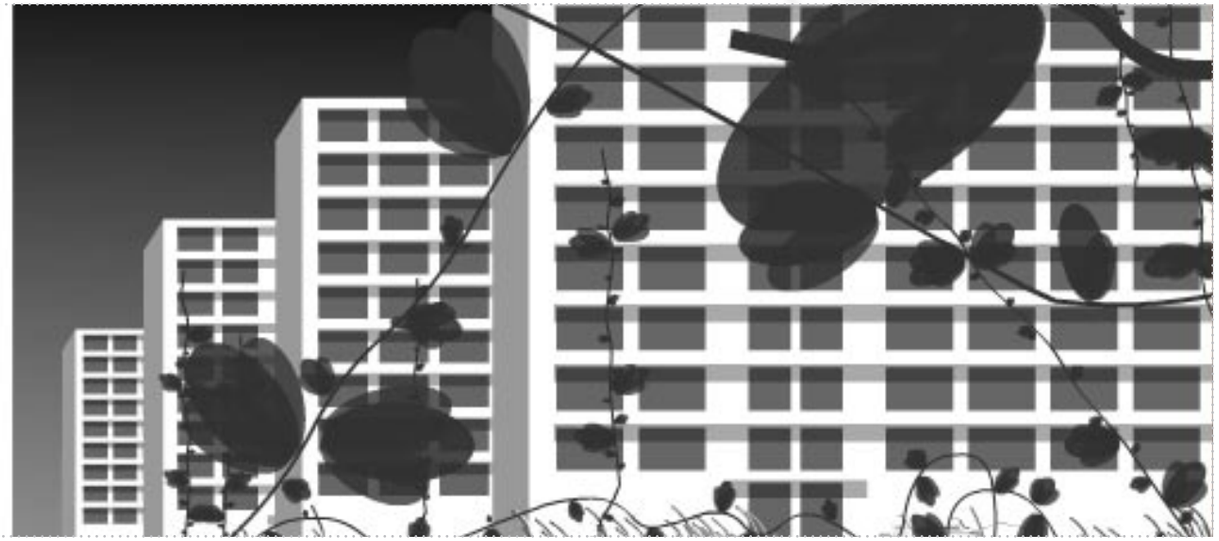












WHAT COMES AROUND_GOES AROUND

Animation zu den vorgegebenen Begriffen Glühwurm, Märzenbecher, Ostblock, Prinzessbohne, Zeichensetzung

Flash-Animation_Sound_Illustration

zu sehen auf www.buchstabenliebe.de



ENDGÜLTIG? – GEDANKEN ZUM FREITOD
Animation von Nina Lösel und Sonja Thiemann

Flash-Animation_Sound_Fotografie

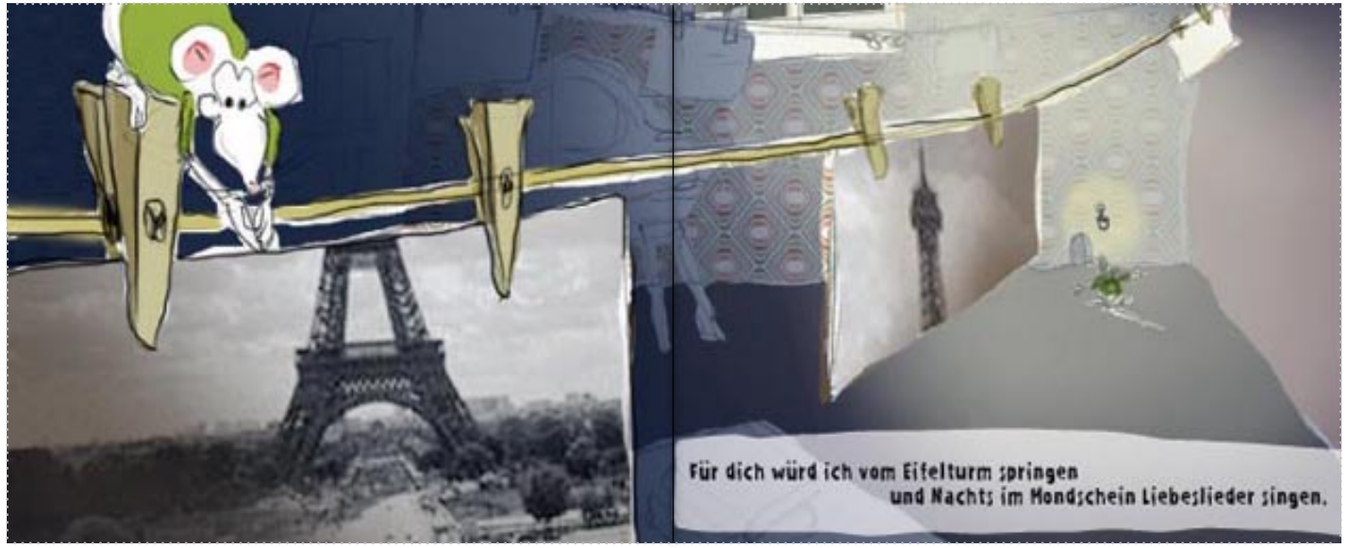
zu sehen auf www.buchstabenliebe.de







Detail



Doppelseite

LIEBE MAUS, FÜR DICH TU ICH ALLES
Wettbewerb arsEdition: Platz 1

Illustration zu Texten von Ursel Scheffler

QATSI.TV

Projekte unter der Leitung von Mic Thiemann
Freelancer bei qatsi.tv seit 2002



WDR webTV
Interfacedesign







hartaberfair
On Air Design & Studiodeko - Grafik







EinsFestival
On Air Design & Off Air Styleguide

HELLO NEW YORK

Projekte unter der Leitung von Connie Koch
Trainee bei hello von Januar bis April 2007



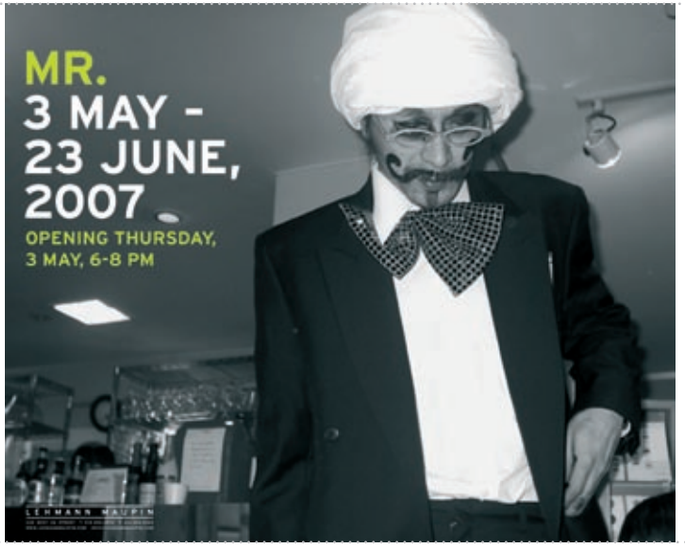




The Global Fund Geschäftsbericht
92 Seiten

ARTPORT
MAKING WAVES

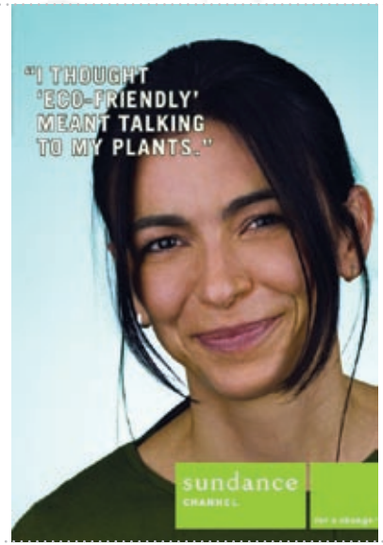
ARTPORT CI

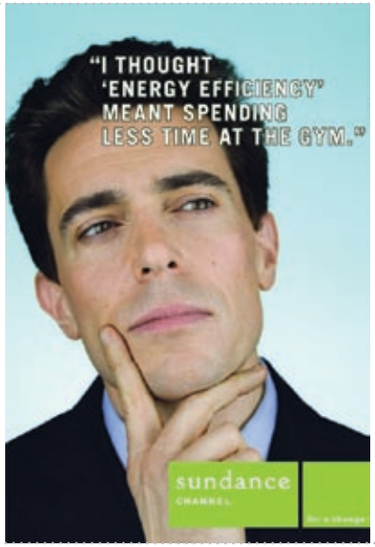


MR. Poster



theGREEN Sundance Channel
Station Domination Grand Central Station







KOLLEGIN GESUCHT?

KOLLEGIN GESUCHT?

Sonja Thiemann . Mobil +49 177.79 75 787
post@buchstabenliebe.de

weitere Arbeitsbeispiele sowie
Flash-Animationen und Illustrationen
auf www.buchstabenliebe.de