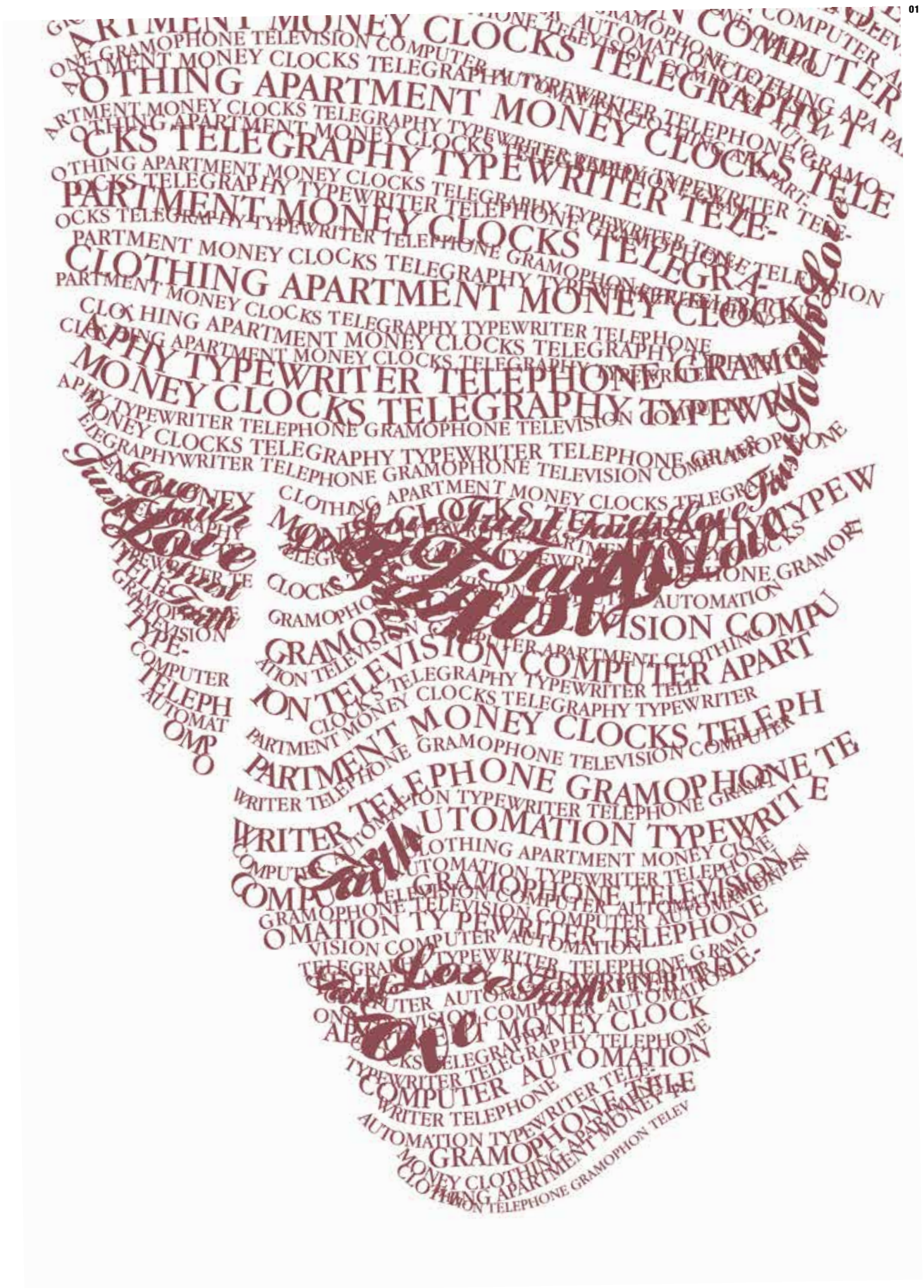


# DISTANZ ZUR MASSE

»Rastersysteme für 600-Seiter sind weniger mein Fall«, gesteht Frank Ortmann und schafft stattdessen lieber kleine und feine Arbeiten, die überraschen. **A CUT ABOVE.** »Raster systems for 600-page jobs are not my kind of thing.« admits Frank Ortmann. His preference is for small but high-spec work that has a twist to it.



DIE *Creslin* VERZICHTET  
VON MAX GOLDT



02

*Discorporate*<sup>™</sup>  
RECORDS

03



05

*S*  
SUST  
KAFFEE

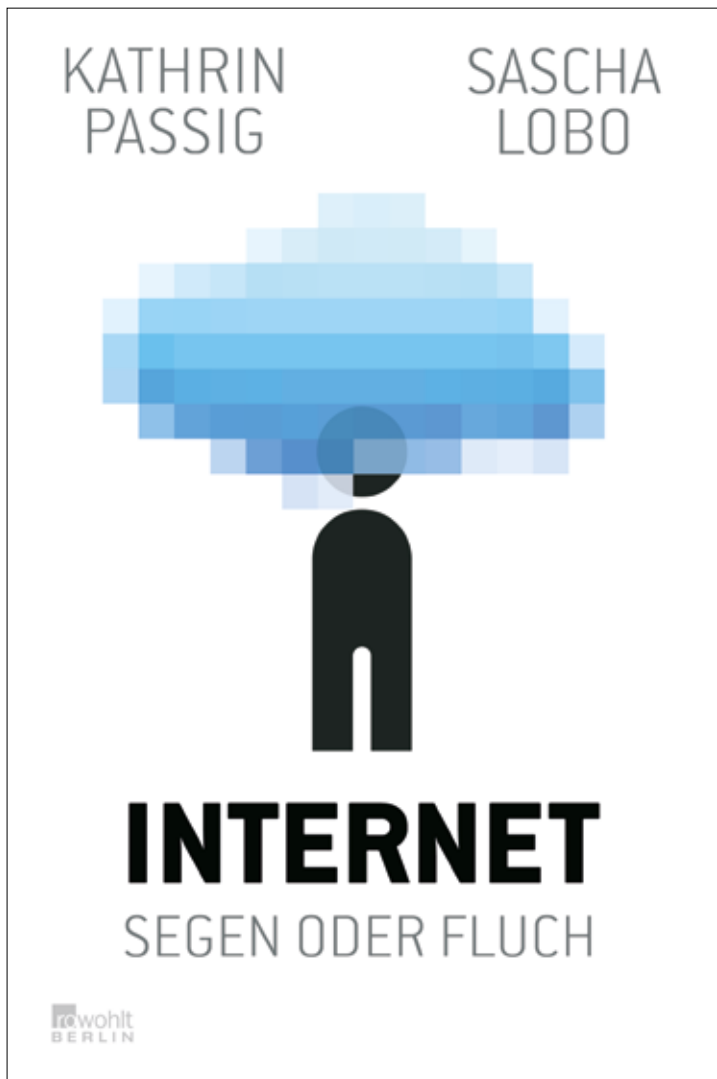


06



07

04



Jeffrey  
Eugenides  
Die Liebes-  
handlung  
Roman

08



09

01 + 02 »Schriftbild«. Sonderausgabe der Süddeutschen Zeitung / Special edition of Süddeutsche Zeitung  
03 Wortmarke für ein Plattenlabel (Custom Lettering) / Logotype for a record label (Custom Lettering)  
04 Buchcover / Book cover. Kunde / Client: Rowohlt Berlin Verlag  
05 – 07 Verpackungsentwurf und Ausstattung für einen Kaffeeröster & -händler / Draft of a packaging design and identity for a coffee roaster and trader  
08 + 10 Buchcover / Book cover. Kunde / Client: Rowohlt Verlag  
09 Politische Plakate / Political posters  
11 + 12 Identifikationssystem (CD) für einen Pasta-Maß-Customizer / Corporate design for a pasta mass customizer



10



11



12

Die Frage mußte ja kommen«, sagt Frank Ortmann. »Mit der Inspiration ist das so eine Sache. Ich weiß nicht, wie sie eigentlich entsteht, sie ist plötzlich da. Anregend kann alles sein und Grafikdesign ist für mich der wunderbare Reaktor in dem ich alles mischen und neu reagieren lassen kann. Man sieht ein Wandmosaik und denkt Old School Pixel oder einen ungewöhnlichen Zaun und ruft Hintergrundmuster. Der Duft einer Frau erinnert an einen Font – alles fällt zusammen und heraus kommen nie dagewesene Bilder, mit denen man erzählen und kommunizieren kann.« Und Kommunikation ist die große Leidenschaft

des gebürtigen Gothaers. Ortmann liebt es, mit Menschen zu reden und zu diskutieren, über Politik, Physik, Philosophie und Psychologie – »es gibt eigentlich keine Themen, an denen ich gänzlich desinteressiert wäre«, meint er. Neben dem Austausch mit anderen wird handwerklich getüftelt und mit Hingabe gekocht und gegessen. Und wenn Frank Ortmann nicht gerade Albenes in Flash programmiert und an Freunde verschickt oder Briefumschläge übertrieben altmodisch beschriftet, dann verbringt er Zeit mit seiner kleinen Tochter. So abwechslungsreich wie seine Inspirationsquellen gestaltete sich auch Ortmanns berufli-

cher Werdegang. Als Mitglied einer berühmten Thüringer Graffiti-Crew wurde schon früh sein Interesse für Schrift und Gestaltung geweckt und 1998 begann er eine Schriftsetzerlehre im grafischen Großbetrieb Gotha Druck und machte drei Jahre darauf einen Abschluß als Mediengestalter. »Kurz nach der Wende erlebte ich hier noch Bleisatz, Rasterfotografie mit geritzten Glasplatten sowie Freisteller mit Rotfolie und Erdfarbe, wenig später aber moderne Ausschließprogramme und CTP – großartig! Hierher rührt meine ungebrochene Begeisterung für Druck- und Reprotechniken und Typografie«, erklärt der Gestalter. Nach ersten Erfahrungen

als Junior Art Director in Erfurt und Dubai, schloß Ortmann noch ein Kommunikationsdesignstudium an der FH Potsdam an, seine Kenntnisse in Kalligrafie und Hand Lettering brachte er sich jedoch weitgehend autodidaktisch bei. Heute lebt Frank Ortmann in Potsdam und arbeitet als selbständiger Grafikdesigner, ist des öfteren für Meta Design Berlin tätig und seit 2011 freier Art Director bei Rowohlt Berlin. Von der Buchgestaltung über Corporate Designs bis hin zu Logos und Signets bedient Ortmann ein breites Spektrum an grafischen Leistungen, besonders gern arbeitet er jedoch an kleinen, fei-

nen Projekten, die viel Herzblut verlangen. Auftraggeber, die sich Designprodukte mit einer formalen Distanz zur Masse wünschen, sind ihm deshalb am liebsten. Insbesondere, wenn Ortmann dabei sein derzeitiges Faible für Custom Lettering, Letterpress- und Woodtype-Anmutung sowie Vintage und opulente typografische Verzierungen ausleben kann. Insgesamt versucht er jedoch Designs zu schaffen, die einen praktischen Nutzen aufweisen und zugleich eine künstlerische Intelligenz besitzen. »Design kann verblüffen wie ein Kunstwerk, indem es uns mit »etwas Neuem«, einer schöpferischen Leistung jenseits des erlernba-

ren Handwerks, überrascht. Letztlich ist gutes Design der sichtbare Beweis für Eigenständigkeit, Verstand und guten Geschmack sowie den Mut des Auftraggebers.« Und so entwickelt Frank Ortmann feine Arbeiten, frei nach dem Motto: »Niemals bequem werden. Nie Banalität schönreden. Etabliertes hinterfragen, vor allem die eigene Arbeit. Selbst denken. Wach und neugierig bleiben. Für Überraschungen gut sein und Überraschungen willkommen heißen. Den Müll trennen und Mitmenschen achten.« cm



14



13



15



16



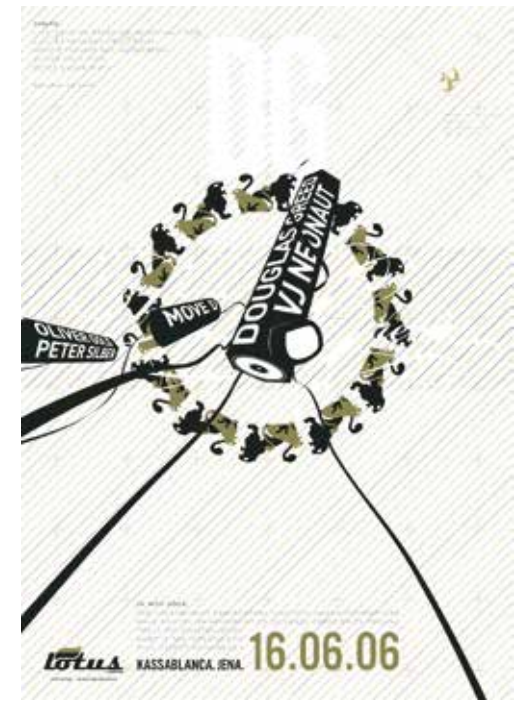
17



18



19



20



21



22



23

- 13 Werbebroschüre für ein Theater / Promotion brochure for a Theatre
- 14 Plattencover (Hand Lettering) / Record cover (hand lettering)
- 15 CD-Box
- 16 Hörbuch-Box / Audio book box
- 17 Buchcover der Max-Goldt-Reihe / Book cover for the Max Goldt series. Kunde / Client: Rowohlt Verlag
- 18 Jubiläumsplakat für ein Plattenlabel / Anniversary poster for a record label
- 19 Geburtstagsposter (Hand Lettering) / Birthday poster (hand lettering)
- 20 Musikveranstaltungs-Flyer / Flyer for a music event
- 21 Buchcover / Book cover. Kunde / Client: Rowohlt Berlin Verlag
- 22 Politisches Plakat / Political poster (© Ortmann/von Thun)
- 23 Kundenmailing (Eigenwerbung) / Customer mailing (self promotion)

knew that question would come,« says Frank Ortmann. »It's a tricky thing with inspiration. I don't know how it comes about, but suddenly it's there. Anything can inspire you, and for me graphic design is the wonderful ›reactor‹ in which I mix it all up and reconfigure it. You see a wall mosaic and think ›Old School Pixel, or an unusual fence, which immediately prompts the thought ›background pattern‹. A woman's perfume might remind you of a font – it all gets blended together and what comes out are ›images‹ that are brand new, with which you can tell stories and communicate.« And communication is the great passion of this

creative from the small town of Gotha in the heart of Germany. Ortmann loves talking to people and discussing all kinds of topics – be it politics, physics, philosophy or psychology. »There is nothing really that I wouldn't be interested in,« he muses. As well as communicating with others, he loves making things by hand, cooking and eating. And when he's not busy conjuring up something crazy in Flash and sending it off to friends, or writing envelopes in an exaggeratedly old-fashioned script, then he's spending time with his little daughter. Ortmann's career path has proven to be every bit as diverse as his sources of inspiration. As a

member of an infamous Thuringian graffiti crew, he developed an interest for scripts and design at an early age, and in 1998 he began an apprenticeship in typesetting at Gotha Druck, a large printing firm. Three years after that he qualified as a media designer. »Shortly after the fall of the Berlin Wall, I was still able to see and experience the use of lead type here in eastern Germany, as well as raster photography with etched glass plates and knock-outs with red masking foil and umbra tints, a little later modern imposition software and CTP – what could be better! It was the start of my ongoing enthusiasm for print and reproduction tech-

niques and typography,« explains the designer. Ortmann followed up his initial experience as a junior art director in Erfurt and Dubai with a course in communication design at the University of Applied Sciences of Potsdam. In calligraphy and hand-lettering, however, he was mostly self-taught. Today, Frank Ortmann lives in Potsdam and works there as a freelance graphic designer. Meta Design Berlin is a frequent client and since 2011 he has been a freelance art director for Rowohlt Berlin. From book design to corporate design, logos and signets, Ortmann masters a wide spectrum of graphic skills but he particu-

larly likes working on small, high-spec projects that demand a lot of love and attention. For that reason he much prefers clients that are after design products that are a cut above the masses. And he is particularly happy when he can bring in his love of custom lettering, a letterpress or woodtype look and vintage and opulent typographic decoration. A general aim in his designs, however, is to achieve a practical benefit combined with artistic intelligence. »Design can amaze just like a work of art, by giving us a ›certain something‹, a creative expression that goes beyond craft skill. Good design is in the end the visible proof of in-

dividuality, of understanding and good taste, as well as of the courage of the client.« Certainly Ortmann's very fine works are testimony to this philosophy. He sums up: »Never get too comfortable. Never accept banality. Always question, in particular your own work. Think for yourself. Stay alert and inquisitive. Retain the ability to surprise, and welcome surprises yourself. Separate your rubbish and be nice to people.« cm