STORY YELLER

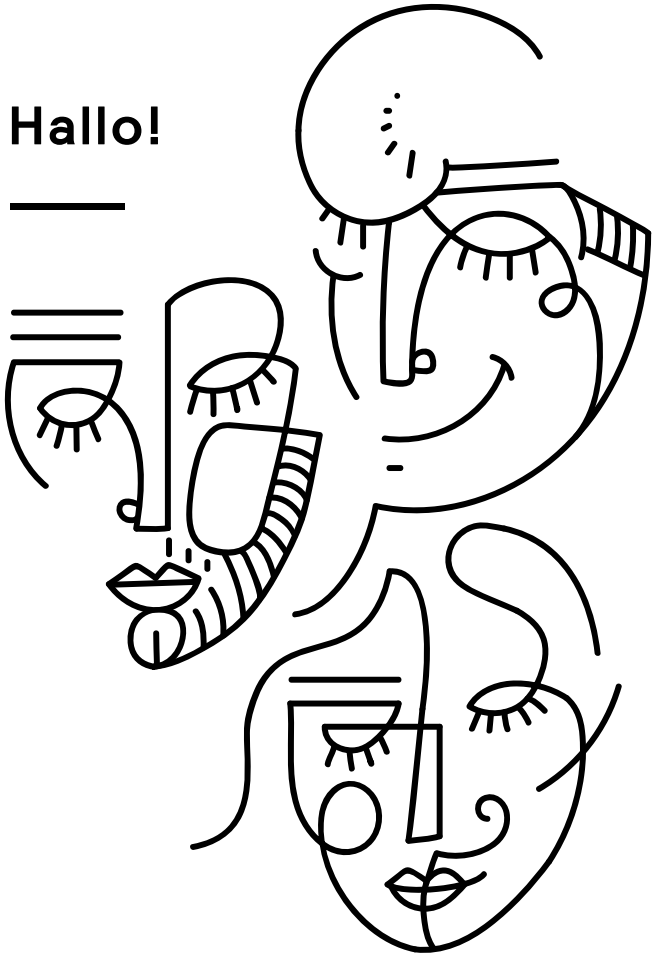
Hallo!

Wir sind Storyyeller Studios

Wir lieben es Geschichten zu erzählen, die einen auf eine emotionale Reise mitnehmen, Geschichten, die in uns weiterleben und uns nachhaltig prägen. Dies sind die Geschichten, die uns begeistern und die wir erzählen wollen.

Wir sehen uns selbst dabei mediumunabhängig im weiten Feld zwischen Videospielentwickler und kreativer Design Agentur und nutzen Storytelling als mächtiges Werkzeug um Menschen zu erreichen und zu bewegen.

Hallo!



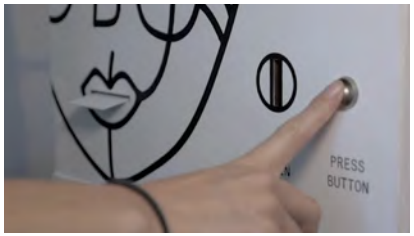
Wir sind Storyyeller Studios

Herz, Hirn & Hand.
Als Dreierteam arbeiten wir, Karo Kraut, Johannes Wolf und Marc Glasze seit 2017 in harmonischem Einklang zusammen an der Umsetzung narrativer und ästhetischer Spielerlebnisse. Wobei Karo und Marc schon auf 7 Jahre Zusammenarbeit zurückblicken können.

Nach ihrem Bachelor in Kommunikationsdesign an der HTWG Konstanz und ihrem Master an der Muthesius Kunsthochschule in Kiel sammelten Karo und Marc Erfahrung in diversen Beschäftigungsverhältnissen und in selbstständiger Tätigkeit. Während die Zwei im kreativen und visuellen Bereich ihre Stärken sehen, ergänzt Johannes das Team ideal mit seinem technischen Fachwissen.

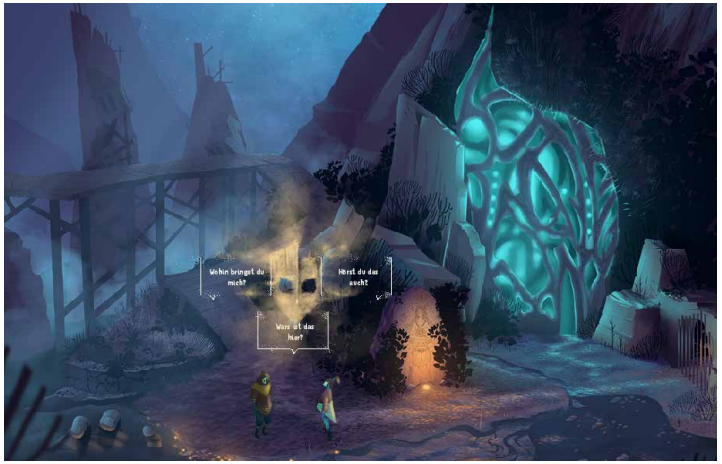
Außerdem setzen wir uns für die Anerkennung von Computerspielen als Kulturgut ein. Karo ist Mitgründerin von IF(game)SH, einer ehrenamtlichen Initiative, die sich für lokale Entwickler:innen stark macht

Projekte



Storyyeller Games

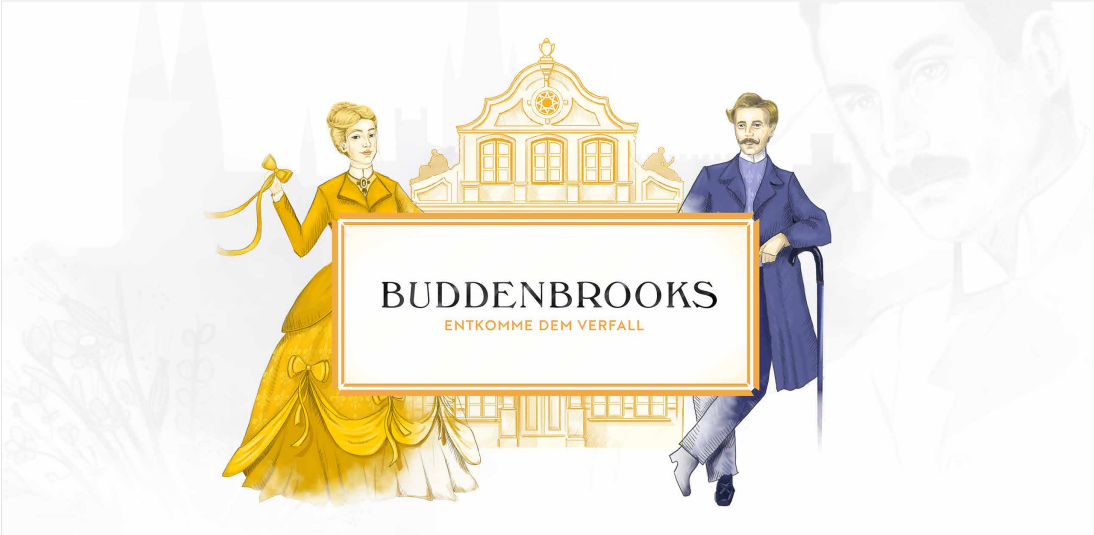
Die gekonnte Kombination von Narration und Interaktion stellt uns Kreative vor neuen Herausforderungen, sei es in simulierten Welten oder in der Wirklichkeit. Kommunikation im Raum spielt eine essenzielle Rolle für unser Arbeiten, so war die indirekte Führung von Rezipienten im virtuellen Räumen Teil unserer Masterarbeit. Unser Stand für öffentliche Auftritte wurde von uns eigens konzipiert um dem Betrachter mit einer Kombination aus digitalen und analogen Elementen zu konfrontieren und so eine nonverbale Kommunikation zu ermöglichen (wie z.B die sprechende Visitenkartenbox). Außerdem dient der geschaffene Raum (das Zelt) der Immersion, da narrative Inhalte ein gewisses Maß an Aufmerksamkeit benötigen um erfasst zu werden.
Die Abschirmung ermöglicht den Besuchern ein tieferes Eintauchen in unsere Geschichten.

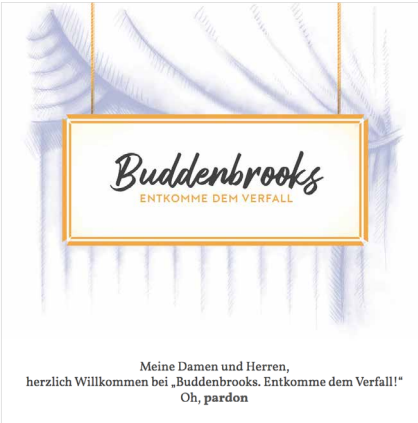


CLOCKWORLD

Clockworld ist ein narratives Adventure-Spiel, das die Spieler:innen vor folgenschwere moralische Entscheidungen stellt und dabei den Fokus auf eine tiefsinnige Geschichte und einen hohen visuell künstlerischen Anspruch legt. Mit diesem Projekt streifen wir Bereiche der Psychologie und Philosophie und wollen die Spieler:innen zum Nachdenken anregen und ein neues unterhaltsames Spielerlebnis schaffen. Mit Dialogoptionen beeinflussen die Spieler:innen nicht nur die Geschichte, sondern auch das Schicksal anderer Charaktere.

Wir behandeln kritische Themen wie Geschlechtertrennung, Homophobie, Machtmissbrauch und die Schere zwischen Arm und Reich. Die sonst übliche Interaktion in Computerspielen (Geschicklichkeitsabfragen wie Springen und Schießen etc.) tritt hierbei in den Hintergrund. Das Spiel wird Ende 2021 für den PC veröffentlicht.



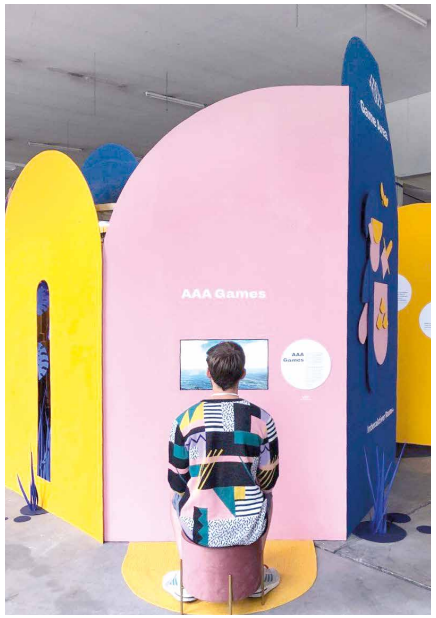


Buddenbrook Mini-Game

Für das Lübecker Museum „Buddenbrookhaus" wurde ein digitales Textadventure mit Illustrationen erstellt. Spielende schlüpfen in die Rolle von Tony oder Thomas Buddenbrook und können die Handlung des gleichnamigen Romans nachspielen bzw. das Geschehen ändern und andere Entscheidungen treffen.

Das Spiel ist im Browser für jeden zugänglich. Wir fanden an dem Projekt besonders interessant, literarisch wertvollen Inhalt in eine digitale Erfahrung umzuwandeln und somit einem jüngeren Publikum zugänglich zu machen.

Das Textadventure kann im Browser gespielt werden:textadventure.buddenbrookhaus.de/story



Digitale Ausstellung

Unsere interaktive Ausstellung zum Thema „Gaming“ wurde im Rahmen des Waterkant Festivals eröffnet.

Entstanden sind Interaktionsflächen zur Aufklärung über Videospiele. U.a. historische und aktuelle Entwicklungen, Videospiele als Kulturgut, Diversität und Frauen in der Gaming Szene sowie einige Interaktive Elemente zum tieferen Verständnis der Spieleentwicklung. Sowohl die Inhalte, die Konzeption als auch die visuelle Idee wurden von uns eigenständig erarbeitet und umgesetzt.

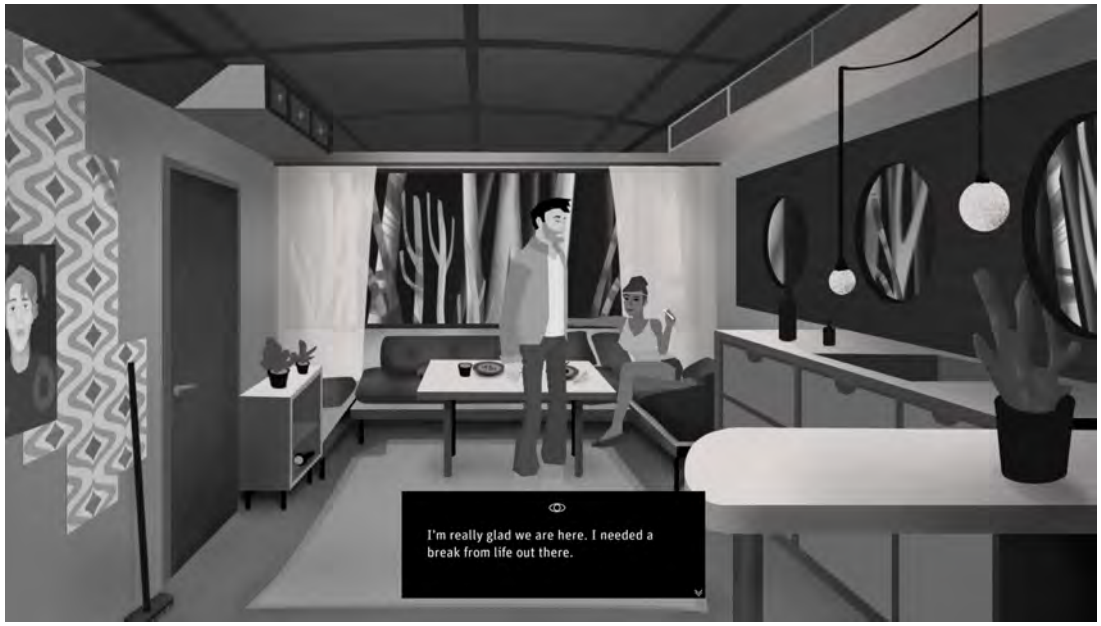
Die Ausstellung ist weiterhin der Öffentlichkeit zugänglich und wird auch Teil der Kieler Woche sein.

Foodprint

In dieser Aufklärungskampagne wurde der Markenauftritt der fiktiven Firma “Foodprint” simuliert - eine Firma, die sich auf die Produktion von In-Vitro-Fleisch spezialisiert hat.

Das Gedankenexperiment erzählt die Geschichte des Fleisch-konsums retrospektiv im Jahr 2075 und zeigt, wie eine zukünftige Gesellschaft die Handlungen unserer Zeit beurteilt.

Der Betrachter wird durch „Storytelling“ an das kontrovers diskutierte Thema herangeführt. Sowohl über Printmedien als auch über eine kurze Mocku-mentary werden Denkanstöße und Diskussionen angeregt.



Awake

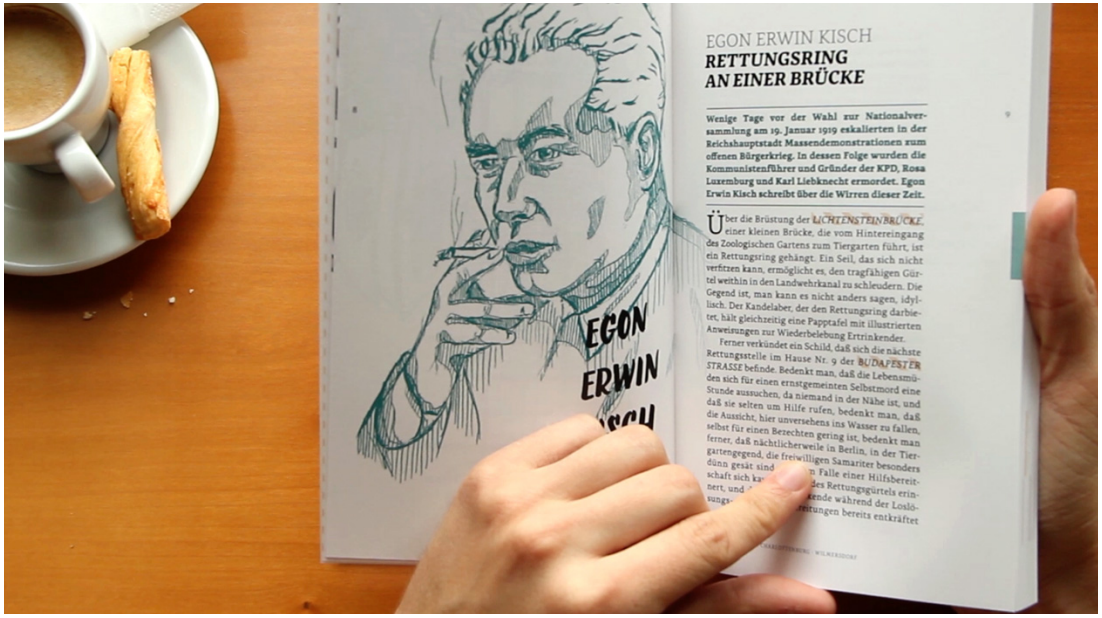
Awake ist ein Videospiel mit starken Film-Noir Einflüssen. Der Spieler erlebt nach und nach die Geschichte des Protagonisten der in einer Zeitschleife gefangen ist und versucht aus dieser auszubrechen. Trotz der kurzen Zeitspanne besitzt Awake eine komplette englische Synchronisation, einen eigenen Soundtrack sowie einen extra hierfür entwickelten Zeichenstil. Awake gewann mehrere Preise, unter anderem den Jurypreis des Internationalen Videospielwettbewerbs „Adventure Jam“.

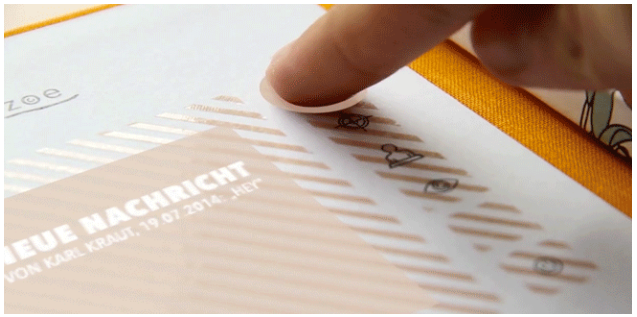
Underdogs

Klassische Literatur im Magazinformat. Wir geben den Klassikern ein neues Publikum.
Durch Auszüge oder Komplettabdrucke ihrer Werke in einem neuen, modernen Magazinlayout mit zeitgemäßen Illustrationen. Einordnende Anmerkungen und zusätzliches Hintergrundwissen sprechen eine jüngere Zielgruppe an und entfernen damit die Zugangsbarrieren zu diesen teils über 150 Jahre alten Texten.

Storyyeller Classics

Alte bekannte Geschichten in anderen Medien neu erzählen und dabei die Stärken der Interaktion nutzen. Diese Vorgehensweise zieht sich als Thema wie ein roter Faden durch unsere Arbeit. Ein laufendes Projekt hierbei: Storyyeller Classics. Wir wollen Literaturklassiker, vorallem Kurzgeschichten, spielbar machen und somit eine Mischung aus Hörspiel mit Interaktiven Elementen entwickeln.



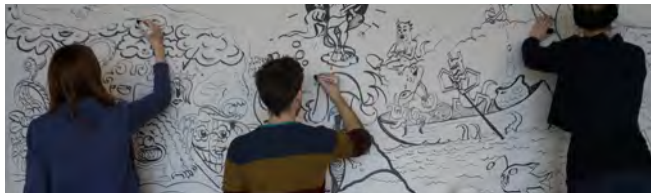


Zoe - Augmented City

Benutzen Sie ihr Buch wie ein iPad. Nahezu alles kann mittlerweile als „marker“ benutzt und digital mit mehreren Informationsebenen versehen werden.

Anhand eines Stadtführers kann der User eine Stadt mit ganz anderen Augen wahrnehmen. Denn „zoe“ besteht hauptsächlich aus Geschichten und Reportagen. „zoe“ eröffnet mir vor Ort neue Türen. Bei einem Rundgang durch die Stadt werde ich gleichzeitig 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 dem User möglich diesen Stadtführer interaktiv durch Berührung bestimmter Elemente zu nutzen und sich zusätzliches Wissen zu holen.



Sixtinische Kapelle

Diese Neuinterpretation der sixtinischen Kapelle entstand in einer Nacht und Nebelaktion und hatte am nächsten Tag so viele Anhänger gefunden, dass sie bereits einen Tag später abgeschlossen war.
Die spontane Idee einen leerstehenden Raum der Hochschule mit Papier zu verkleiden und die Wandgemälde der Kapelle im Comic-Stil nachzubilden, hat viele Studenten zusammengebracht (mit oder ohne Zeichenbegabung) und wurde später Teil der Semesterausstellung.

Workshops

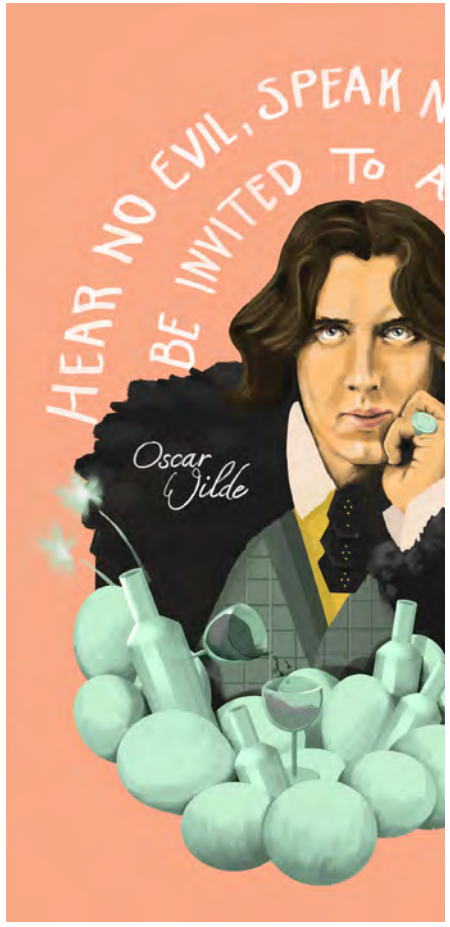
Sechzig Din A1 Poster in nur drei Tagen. Einblicke in einen Workshop zum Thema „Future“ & „Outerspace“.In Zusammenarbeit mit Studierenden der Muthesius Kunsthochschule in Kiel sind hier unter Nutzung aller vorhandenen Mittel (Siebdruck, Risograph, Plotter, Stencil etc.) eine Vielzahl experimenteller Poster mit ganz eigener Bildsprache entstanden.

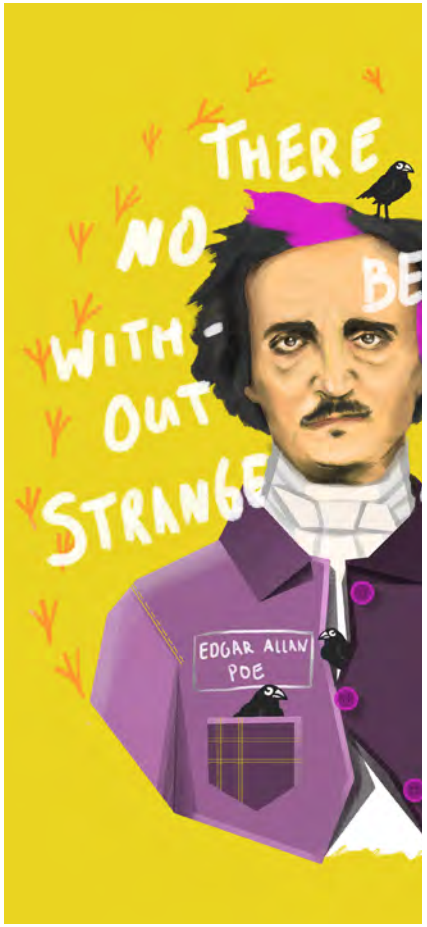
TOTE FLIEGEN

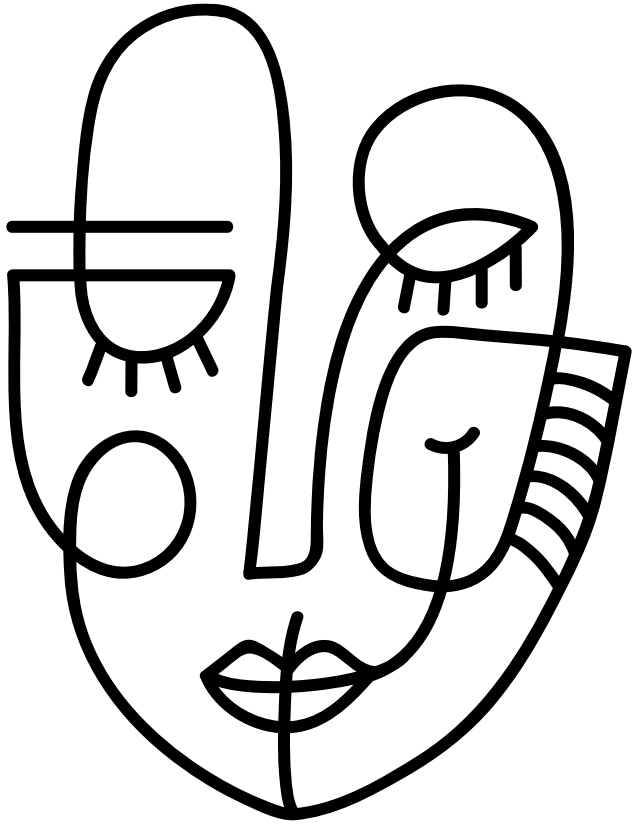
Das Kunstprojekt “Tote Fliegen” beschäftigt sich mit der Wertigkeit des Insektenlebens und nach dem Recht der Beurteilung dessen.

Das Produkt ruft den Besitzer dazu auf, mit dem Buch nervtötende Stubenfliegen zu erschlagen, den Todestermin zu vermerken und somit der Sammlung hinzufügen. Ebenfalls erhältlich für Spinnen und Stechmücken in der praktischen Sammler-Edition.

Ähnlich wie bei dem Projekt “Foodprint” verwischt die grenze Zwischen Ernst und Ironie. Spätestens mit der Ausgabe “Tote Tauben”, stellt sich die Frage, ab welcher Größe/ Tierart der Betrachter auf seine moralische Grenze trifft.





Kurzer Einblick in weitere Projekte.

Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit.