Aufgabe: Die Abozeitung "Berliner Morgenpost" soll nach einem steten Relaunch von 2010 bis 2015 durch besonders gestaltete Titelseiten und ausgewählte Innenseiten für Aufmerksamkeit sorgen.

Lösung: Aus Titelseiten wurden grosse gestalterische Bühnen mit einem plakativen Auftritt. Für den Innenteil wurden ausgewählte Reportagedoppelseiten durch ein abwechslungsreiches Storytelling opulent gestaltet. Die Sonntagsausgabe erhielt darüberhinaus eine Seite "Grafik der Woche" mit Berliner Themen als Hintergrund.

Auszeichnungen: Die Berliner Morgenpost wurde mit der Auszeichnung "Regionale Zeitung des Jahres", dem European Newspaper Award ausgezeichnet, darüberhinaus mit mehr als 100 European Newspaper Awards of Excellence, Beim ADC Deutschland mit Gold, Silber und Bronze Nägeln sowie mehreren Auszeichnungen. Beim German Design Award mit einem Winner und mehreren Awards, von der Society of Newspaper Design mit mehreren Awards of Excellence.





Titelseite zum Terroranschlag auf dem Breitscheidplatz 2016.





Der Atlas der Berliner Flohmärkte

Hauptstadt auf Schatzsuche: Die zwölf besten Orte, um nach neuen Lieblingsstücken Ausschau zu halten. Seiten 16-17

Tipps für das Vorstellungsgespräch via Skype



FC Bayern München – Hannover 96	4:0
Borussia Dortmund – Hamburger SV	0:1
1899 Hoffenheim – FC Schalke 04	2:1
Werder Bremen – SC Freiburg	1:1
Bayer 04 Leverkusen – SC Paderborn	2:2
Eintracht Frankfurt – 1. FC Köln	3:2
ZWEITE LIGA	
FC St. Pauli – 1 FC Union Berlin	3:0

Lotto:	4	7	24	31	33	45	
Superzahl:			6				
Spiel 77:	5	0	5	4	8	0	2
Super 6:	1	4	8	3	3	4	



Mehr Azubis für Berlins Behörden

Bürgermeister-Kandidat Michael Müller (SPD) fordert mehr Nachwuchs im Landesdienst

..Wir als Land Berlin müssen Personal entwickeln, selbst mehr ausbilden und die Auszubildenden dauerhaft übernehmen"

morgenpost.de

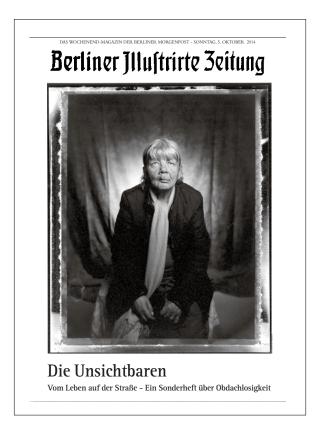
Kasupke sagt...

Gysis Diktokratie



Titelseite zu "Die Unsichtbaren – vom Leben auf der Straße".





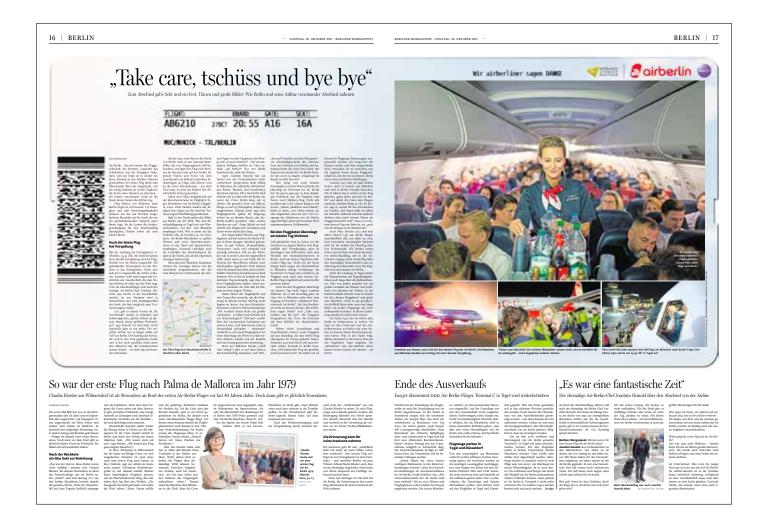




Die Unsichtbaren

Für eine Reportage in der Berliner Morgenpost sollten Obdachlose aus der Bahnhofsmission Bahnhof Zoo fotografiert und interviewt werden. Die berührenden Geschichten führten dazu, dass es neben der Reportage in der Berliner Morgenpost eine Fotoreportage in der Berliner Illustrirten Zeitung, der Sonntagsbeilage der Berliner Morgenpost, gab. Daraus entstand ein Webprojekt mit Originaltönen der Obdachlosen auf der Website morgenpost.de. Und ein Fotobuch mit dem Titel "Unsichtbar", dessen Erlöse der Bahnhofsmission zugute kamen.

Die Deutsche Bahn, insbesondere der CEO Herr Grube, war davon so angetan, dass daraus eine einjährige Wanderausstellung mit den Geschichten als Plakate entstand, die durch die größten deutschen Bahnhöfe wanderte.



Doppelseitige Reportage zur Insolvenz von Airberlin. Storytelling auf dem letzten Ticket, grafische Umsetzung.



Doppelseitige Reportage zur berühmten "Todesfahrt auf dem Kudamm". Idee zum Storytelling mithilfe eines minutiösen Ablaufplans des Autorennens. European Newspaper Award of Excellence.