

Hi there!

I'm Mely



This should make it easier to get an overview
about my recent projects ...

1 teamwork

NAMIK

Identity & Graphics, BTS Photography

„wie sagen wir angst?“

Cover- & Poster-Design

Babushka

BTS Photography

2 own work

„Haisse Ware“

Editorial Design

Protect what you love

Shirt Design / „Design Challenge“

rescYOU cape

Social Impact Design

Illustrations

Selection

Just a case

Sustainability Design
(Master's Project)

i.willustrate

Online Shop:
Organic Clothing & Illustrations



teamwork



NAMIK

Charlotte Wendt // Master’s graduation film

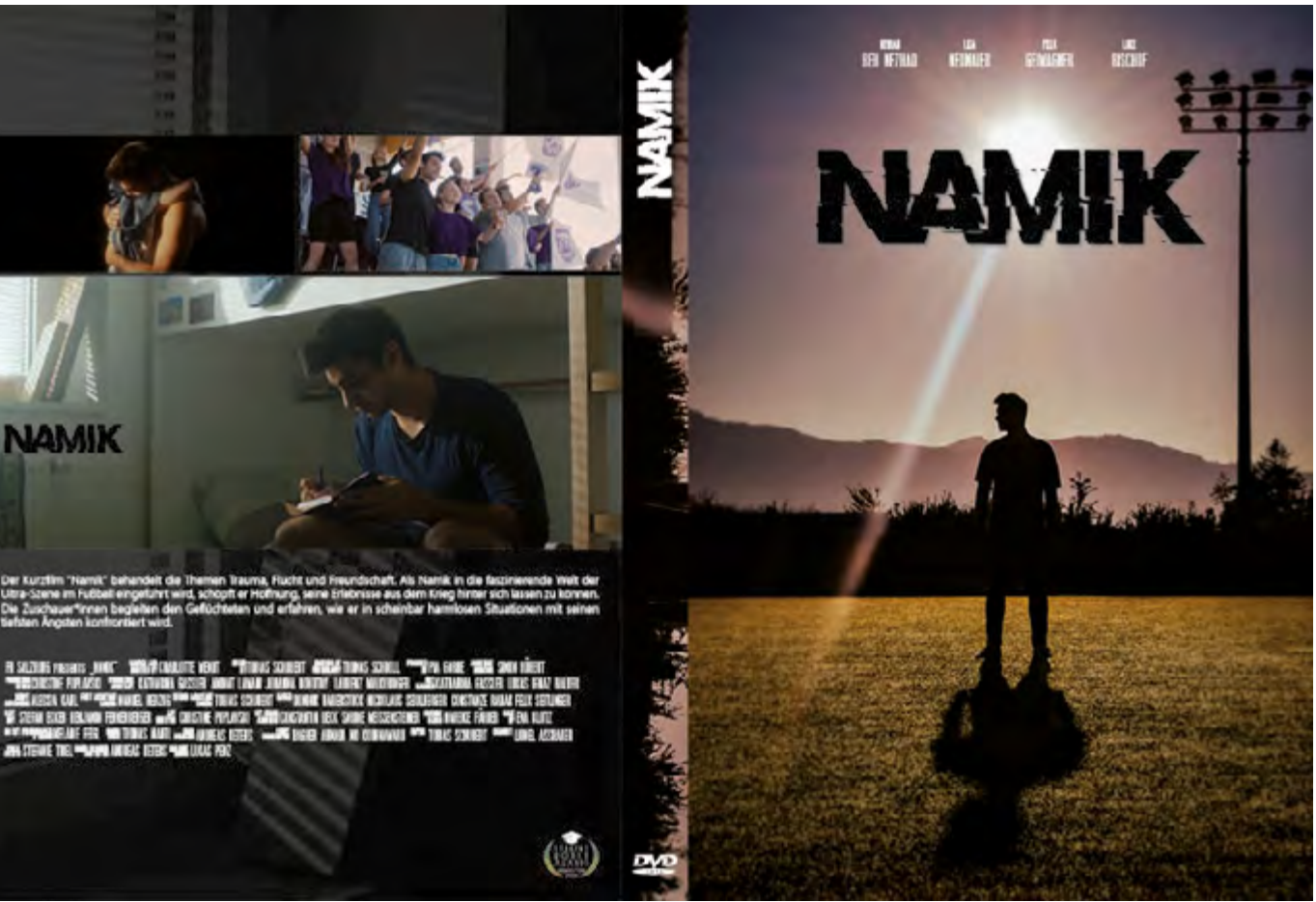
The short film „Namik“ deals with the themes of trauma, escape and friendship.

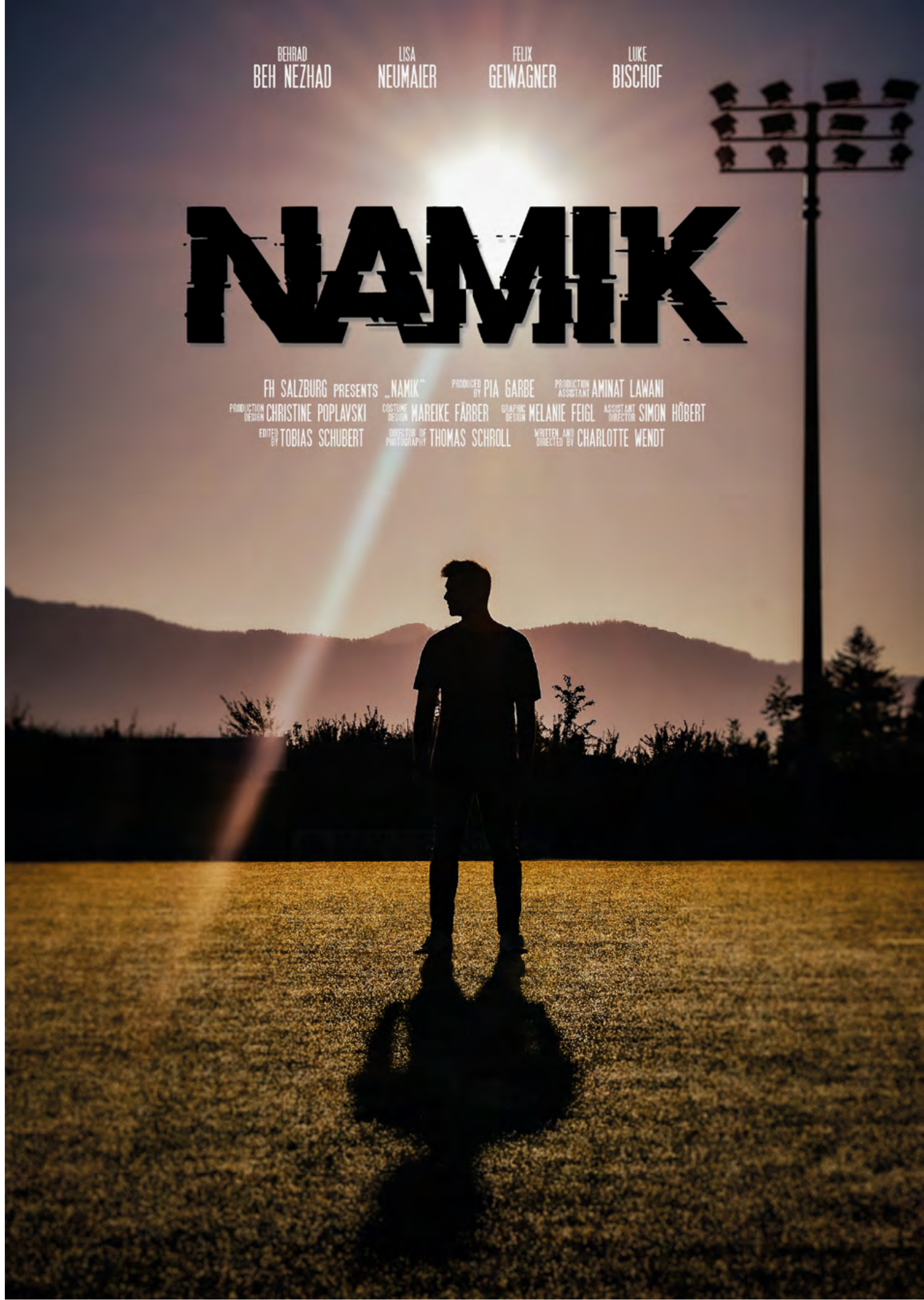
When Namik is introduced to the fascinating world of the ultra-scene in soccer, he gains hope that he can leave his experiences from the war behind him. The audience accompanies the refugee and learns how he is confronted with his deepest fears in seemingly harmless situations.



my job:

Project portfolio - Photography & Design,
Social Media Content (Casting Calls etc.),
Postcards, Logos, (Movie-)Posters, DVD-Cover







„wie sagen wir angst?“

Rafael Simman - Audio play //
Master's graduation project

The project “wie sagen wir angst?” („how do we say fear?") explores the situations in which fear can occur in modern everyday life and what it feels and sounds like.

We experience an everyday life with the protagonist Tilda, who feels fear in a wide variety of situations. Through the acoustic realization of these feelings, the listener is granted access to her perception of the world.

Fears are often a taboo-topic in our society and adolescents are made to believe that being afraid is not normal. Courage and fear are presented as opposites and are therefore seemingly incompatible. This project aims to teach young people about fear and how to deal with it competently. Fear is an important topic of individual mental health, as well as of social education in general, it influences the form of social participation of each individual. In this sense, this project follows a preventive approach and should be a thought-provoking impulse for the conscious handling of fear in the modern world.

Artwork Concept
(Poster, Spotify Cover)



Babushka

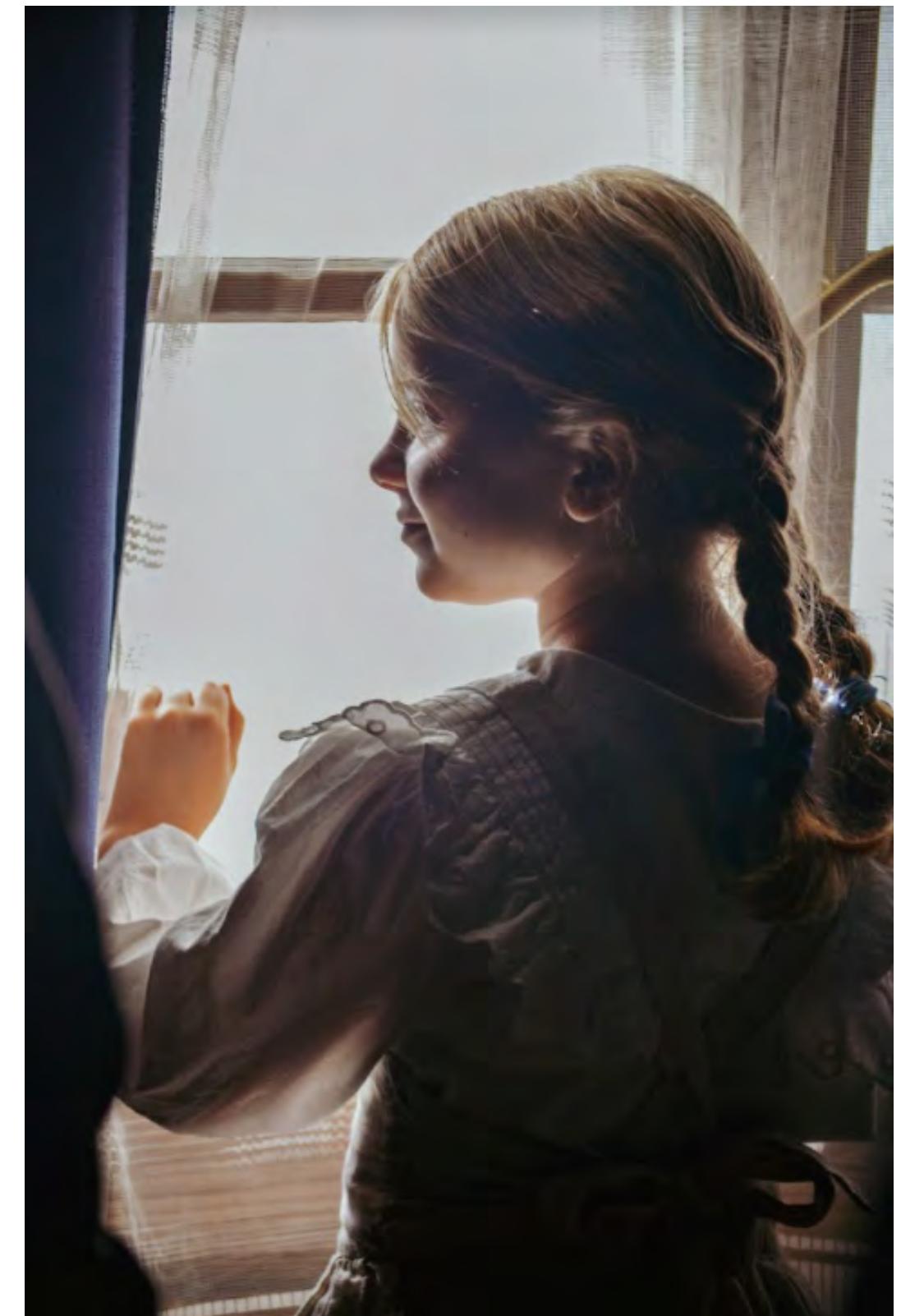
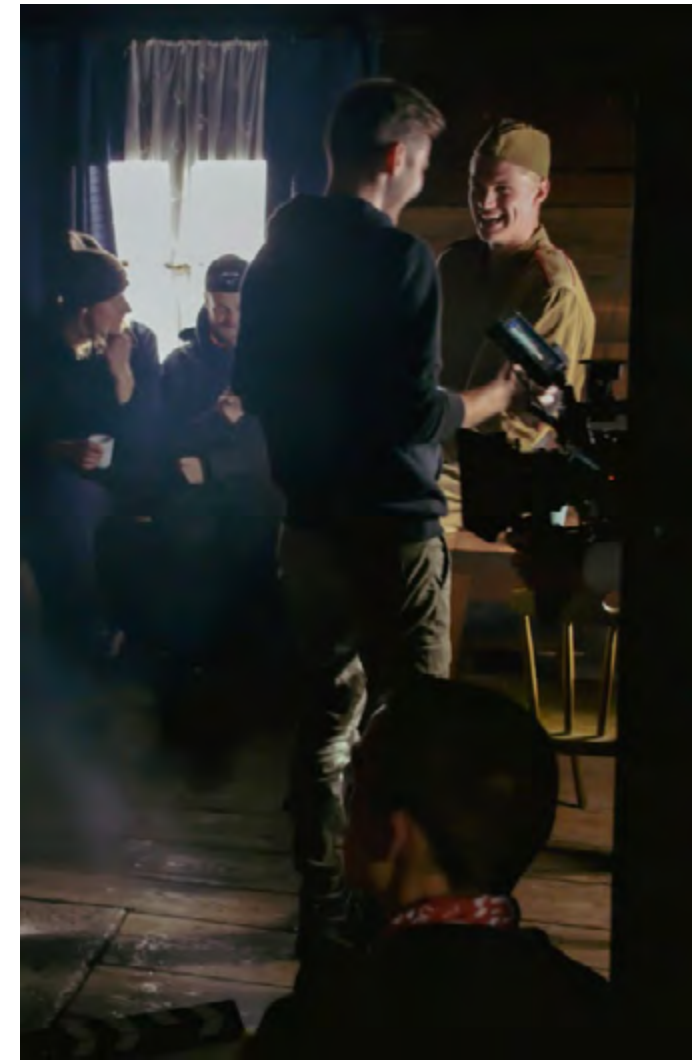
Simon Höbert // Master's graduation film

With BABUSHKA not only often forgotten post-war themes alongside the war should be addressed, but also the timeless theme of prejudice and the often difficult realization that behind every uniform, behind every flag, and behind every language, there is a human being.

American-occupied Salzburg, 1945.

A grandmother lives alone with her young granddaughter on a farm in the mountains. Her son has not returned from the Russian campaign. One evening, two deserted Russian soldiers appear at the door, on their way to Salzburg. The following night, the bitter grandmother gets to know the enemy in a human way she did not expect.

Behind-the-scenes
Photography



own work



„Haisse Ware“

Raising awareness about shark finning Editorial Design

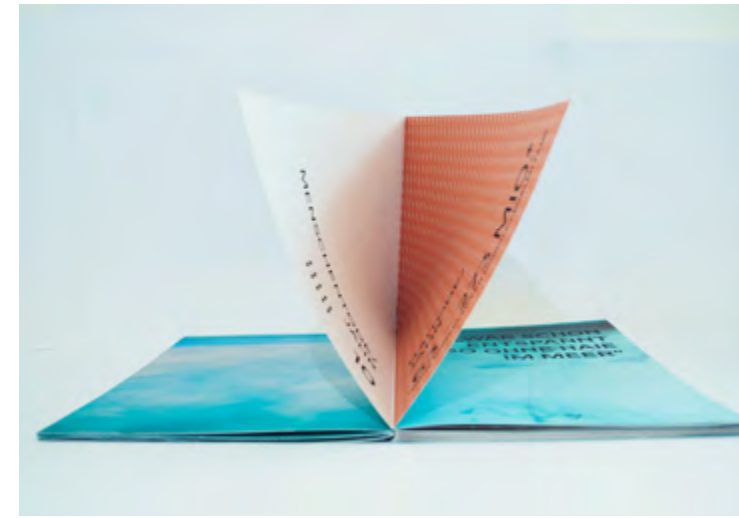
Records in the shark product trade lead to a large extinction of many shark species. The unfortunately still very unknown facts about shark finning and decrease of shark population are revealed in this book, without directly showing bloody pictures of massacred sharks.

The layout and folding invites the viewer to literally „uncover“ even the hidden facts by looking at the bottom (folded side) of the pages, where the facts are listed. On the upper side one can read common statements about sharks, which are often untrue.

The emotional layer of this work is conveyed through the coloring of the water, which gets more ‚bloody‘ throughout the book until viewers find tips for themselves how to prevent shark finning.

Depending on which number you start from, an unbelievable 270,000 sharks are killed per day(!). According to the data of the Food and Agriculture Organization (FAO), the worldwide shark catch has increased from about 273,000 tons in 1950 to 900,000 tons in 2003, so it has more than tripled. There are now 70 sharks on the IUCN (International Union for Conservation of Nature) Red List, which means they are „officially“ threatened with extinction. In fact, there should be many more species on there, but due to a lack of population data, it is simply not possible to make a statement.

As we are also dependent on the biodiversity on our planet, it is important to raise awareness about this topic.



behind the process

„Haisse Ware“ - Editorial Design



Concept

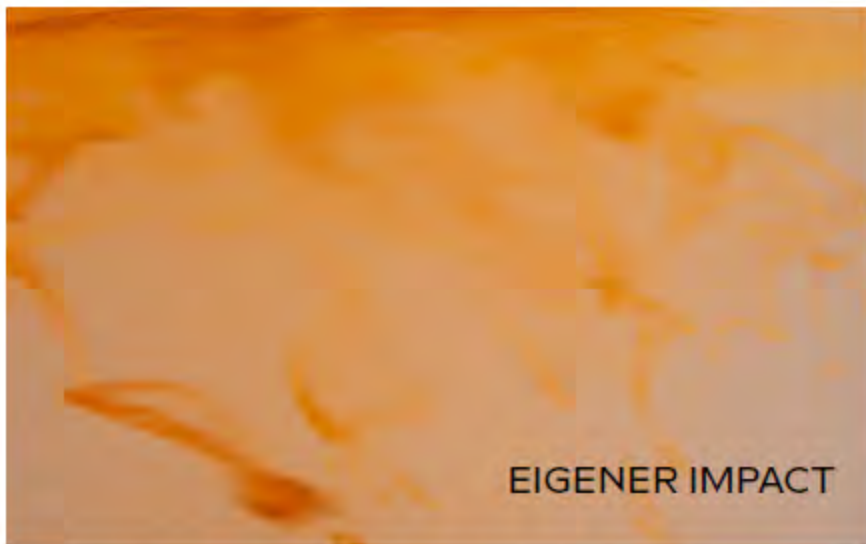
LAYOUT



Statement oben rechts →
vermeintlich richtig, erhabene Position/
„rechthaberisch“



Wendepunkt



Statements unten rechts →
„Unsicher“, empfänglich für Hinweise/
Empfehlungen



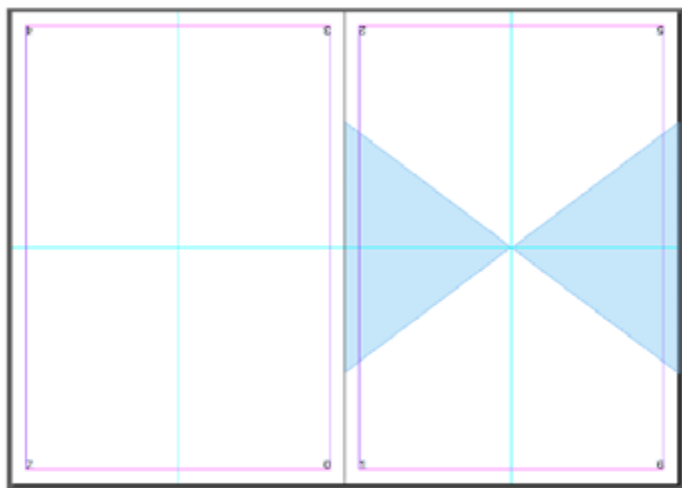
Ausrichtung am unteren Ende wegen Faltung



rote Symbole - kritische, negative Inputs
Blaue Symbole - ermutigende, neutrale Inputs



LAYOUT FALTUNG



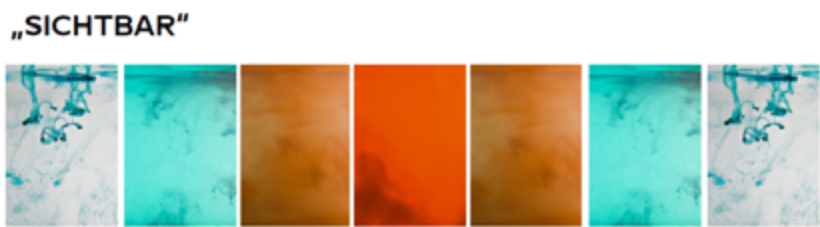
A3 → Faltung zu A5

Offene Fadenbindung

COLOR CONCEPT



GESTALTUNGSELEMENTE



UNSICHTBAR



WASSERFARBVERLAUF
von sauberem zu „blutigem“ Wasser und
wieder sauberer (was man selbst tun
kann) als 2. Bedeutungsebene

STATEMENTS
„Zitatform“ als unresearchierte
Informationen, die oft zu Gerüchten
führen

GEOMETRISCHE FORMEN
unterstützen den Faktencharakter,
erinnern an Diagramme

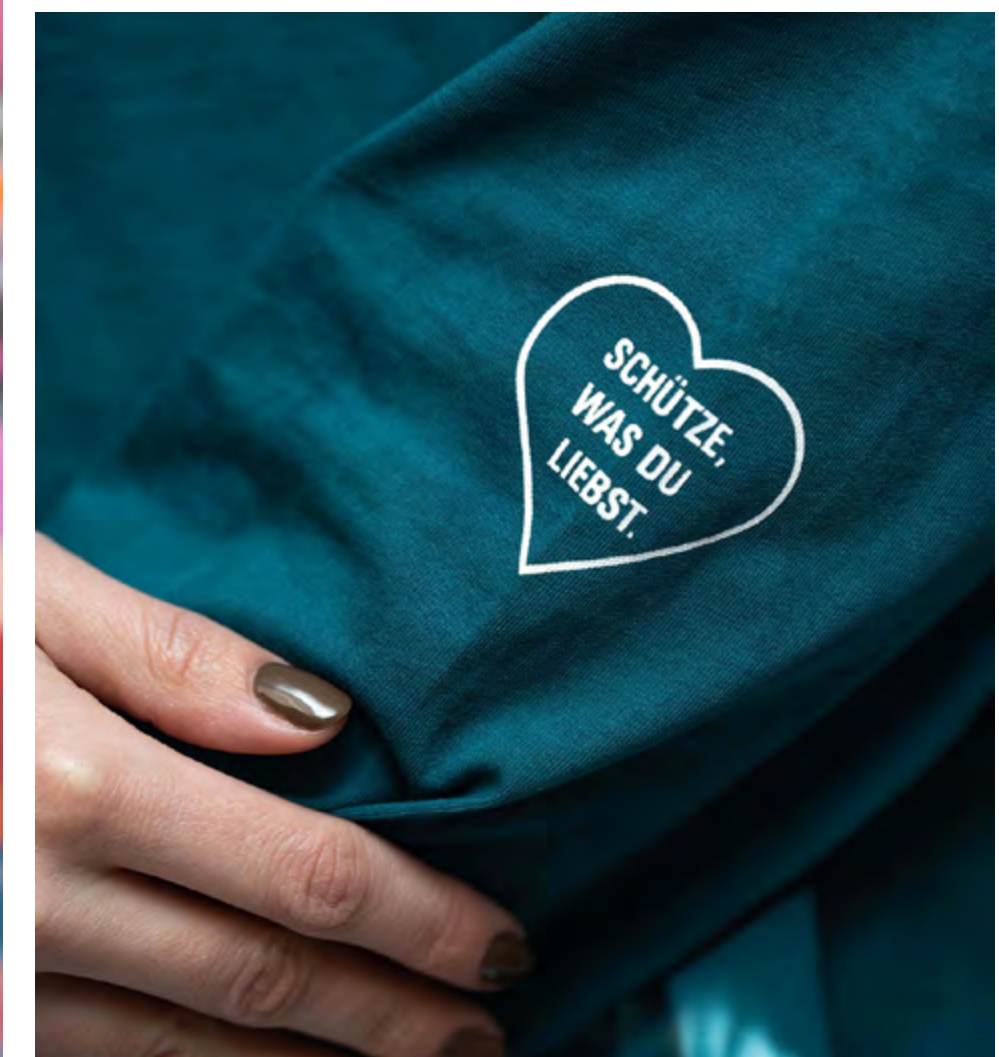
INFORMATION - Schwarz/Weiss
Zahlen, Daten, Fakten

QR CODES
Als Links für weitere Information
sowie Impressum

Protect what you love

Design Challenge
Phyne GmbH x Cosmos Direkt
Shirt Design

[Visit phyne.com](https://www.phyne.com)



Photos owned by Phyne GmbH

rescYOU cape

Transformative cape concept
for refugee rescue ship

Concept RescYOU cape

The transformative cape aims to give people a positive feeling of warmth and being welcome as soon as they enter the new rescue ship „navire avenir“.

At the same time, it is about the gesture of giving a little gift to everyone and giving them a brief moment of joy when they can feel like a hero for just a second at least. In the further course, the cape can be used both as a blanket, backpack and pillow and children can stay with the mother easier.

At the same time, the cape serves as a reminder when the refugees leave the ship and are allowed to take the warming blanket with them to accompany them on their further journey.



RESC YOU CAPE

THE RESCYOU CAPE IS A TRANSFORMABLE „HERO“ CAPE, WHICH WILL BE GIVEN TO EVERY REFUGEE ARRIVING AT THE SHIP. IT FUNCTIONS AS AN EMPOWERING SYMBOLIC GESTURE AT THE ARRIVAL AND SIGNALIZES WARMTH & SAFETY, SO THAT PEOPLE ARE FEELING WELCOME.

THE CAPE IS TRANSFORMABLE, SO THAT IT IS SPACE SAVING AND HAS ADDITIONAL FEATURES, LIKE CONNECTING DIFFERENT BLANKETS TOGETHER SO THAT CHILDREN DON'T GET LOST AND COUPLES/FAMILIES CAN SHARE SOME PRIVATE SPACE TOGETHER. THE PERSONALIZATION OF EVERY CAPE INCREASES THE EMOTIONAL MEANING OF THIS PIECE FOR EVERY REFUGEE.

CAPE & BACKPACK & SLEEPING BAG

MELANIE FEIGL
SALZBURG UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

GOSIA WARRINK
GESINE LAST
BERLIN UNIVERSITY OF THE ARTS

behind the process

rescYOU cape - social impact design



Julia Schaefermeyer / SOS MEDITERRANEE



Empathy map, Definition of need



Intention

How can we make the refugees arriving at the ship feel more welcome?

EMPOWERMENT
WARMTH
SAFETY

User Interviews

"I had to throw my sleeping bag away, so that we did not get caught. For a few nights I had to sleep on the ground in the forests.. It was ice cold. I really don't want to think about that again."

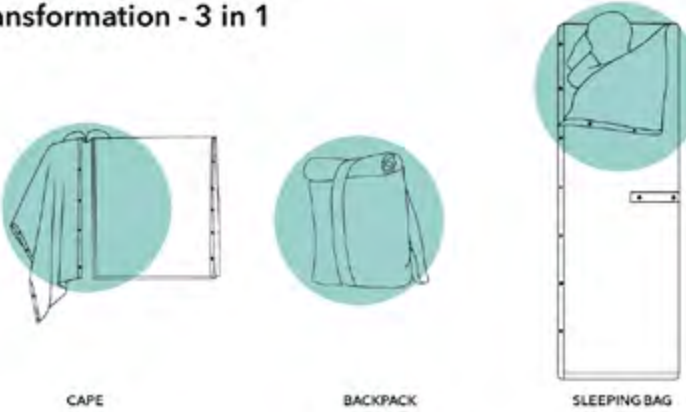
- Majed

"Mothers grasp their kids, so that they don't get lost ..."

- Majed

Ideation

Transformation - 3 in 1

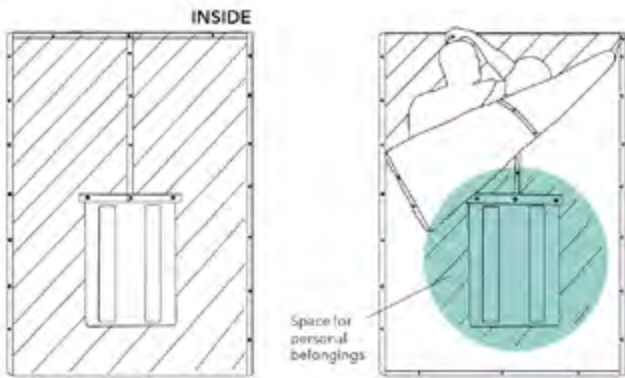


Interconnection

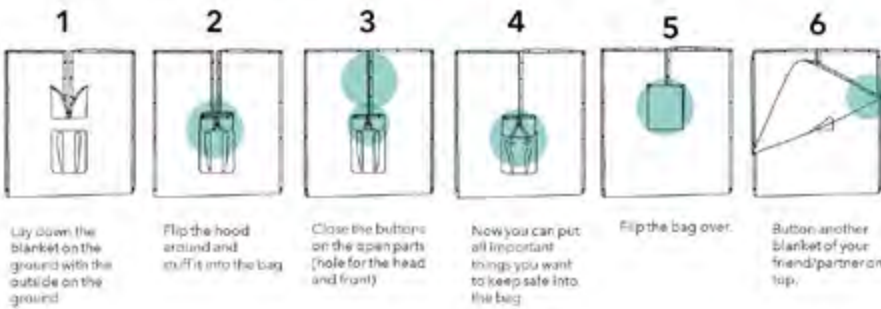


Concept

Sleeping Bag for 2

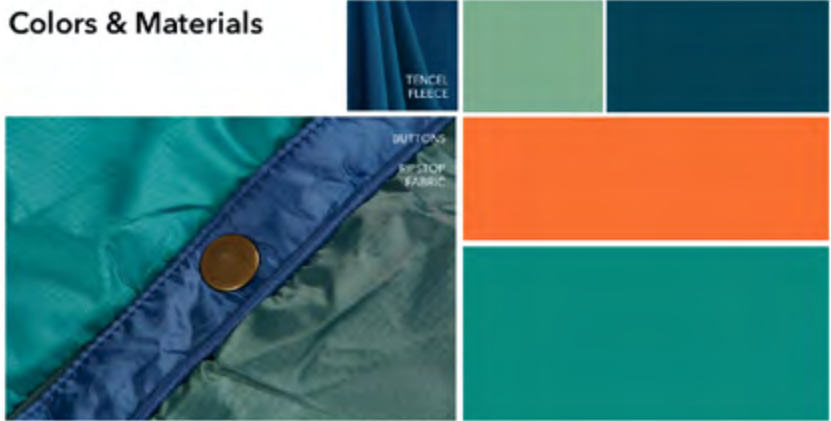


Sleeping Bag for 2 - Step by step



Test & Validation

Colors & Materials



First prototype



Illustrations

Selection



Typo Illustration

Painting Remake





Wissenschaftler untersuchen häufiger prachtvolle als unscheinbare Pflanz

Blüht eine Pflanze besonders farbenfroh und auffällig, hat sie größere Chancen, in wissenschaftlichen Studien genannt zu werden. Ob sie besonders relevant für ein Ökosystem ist oder gar vom Aussterben bedroht, spielt eine eher nachgeordnete Rolle. Das behaupten Wissenschaftler, die 280 Studien zu Alpenblühen analysiert haben

Wenn Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen entscheiden, welche Pflanzen sie in ihren Studien untersuchen, dann spielen nicht nur Kriterien wie deren Wichtigkeit für das Ökosystem oder die Schönheit ihrer Art eine Rolle. Sondern auch, wie schön und extravagant die Pflanze aussieht. So werden Pflanzen, die höher wachsen und auffälliger blühen, häufiger untersucht als kleinere, unscheinbare Nachbarn. Zumindest geht das aus den Daten einer im Fachmagazin *Nature Plants* veröffentlichten Metaanalyse hervor. Wissenschaftler der Universität Tübingen konzentrierten sich auf 113 Blütenpflanzen, die besonders typisch für die Alpenregion sind und untersuchten 280 wissenschaftliche Arbeiten, die seit 1973 zu diesen Pflanzen erschienen sind. Sie untersuchten, wie die Autorinnen und Autoren der Studien begründeten, warum sie welche Alpenblüher in den Fokus ihrer Studie gerückt haben. Demnach sei die äußerliche Erscheinung einer Pflanze das häufigste Kriterium, um wissenschaftliches Forschungsinteresse zu legitimieren: ihre Farbe, die Größe der Blüten, die Höhe des Stängels. Faktoren wie die ökologische Relevanz der Art, ihre Schönheit oder Häufigkeit spielen eine eher nachgeordnete Rolle, wie wichtig es ist, zu wissen, dass manche Teile unserer Umwelt häufiger untersucht werden als andere – auch um diesem Trend gegebenenfalls entgegenwirken zu können.

Blau-Blüten ziehen die Wissenschaft besonders an Pflanzen, die blau-Blüten hervorbringen, hatten demnach die größte Chance, untersucht zu werden. Auch weiße und rote Blüten ziehen wohl nicht nur Bienen, sondern auch Wissenschaftler an – zumindest häufiger als braune und grüne Blüten, die sich weniger von ihrem Hintergrund abheben. Ein solches Vorzugsmotiv kommt in der Auswahl der Studienobjekte häufig ungewollt oft unsachliche Einflüsse für die Forschung, schreiben die Tübingen-Wissenschaftler. Sie manifestieren sich in einem „ästhetischen Bias“ derjenigen Daten, die die Grundlage für wichtige Forschungsarbeiten darstellen. Ob es interne Arbeitsabläufe und Mechanismen des Wissenschaftsbetriebs sind, die Forschung mit auffälligen Pflanzen besonders fördern oder ob die menschliche – und damit auch wissenschaftliche – Aufmerksamkeit schon aus evolutionären Gründen eher auf bunte, farbenprächtige Objekte in der Umwelt gelenkt wird, kann die Tübingen-Studie nicht klären. Trotzdem betonen die Autoren, wie wichtig es ist, zu wissen, dass manche Teile unserer Umwelt häufiger untersucht werden als andere – auch um diesem Trend gegebenenfalls entgegenwirken zu können.



Wissenschaftler untersuchen häufiger prachtvolle als unscheinbare Pflanz

Blüht eine Pflanze besonders farbenfroh und auffällig, hat sie größere Chancen, in wissenschaftlichen Studien genannt zu werden. Ob sie besonders relevant für ein Ökosystem ist oder gar vom Aussterben bedroht, spielt eine eher nachgeordnete Rolle. Das behaupten Wissenschaftler, die 280 Studien zu Alpenblühen analysiert haben

Wenn Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen entscheiden, welche Pflanzen sie in ihren Studien untersuchen, dann spielen nicht nur Kriterien wie deren Wichtigkeit für das Ökosystem oder die Schönheit ihrer Art eine Rolle. Sondern auch, wie schön und extravagant die Pflanze aussieht. So werden Pflanzen, die höher wachsen und auffälliger blühen, häufiger untersucht als kleinere, unscheinbare Nachbarn. Zumindest geht das aus den Daten einer im Fachmagazin *Nature Plants* veröffentlichten Metaanalyse hervor. Wissenschaftler der Universität Tübingen konzentrierten sich auf 113 Blütenpflanzen, die besonders typisch für die Alpenregion sind und untersuchten 280 wissenschaftliche Arbeiten, die seit 1973 zu diesen Pflanzen erschienen sind. Sie untersuchten, wie die Autorinnen und Autoren der Studien begründeten, warum sie welche Alpenblüher in den Fokus ihrer Studie gerückt haben. Demnach sei die äußerliche Erscheinung einer Pflanze das häufigste Kriterium, um wissenschaftliches Forschungsinteresse zu legitimieren: ihre Farbe, die Größe der Blüten, die Höhe des Stängels. Faktoren wie die ökologische Relevanz der Art, ihre Schönheit oder Häufigkeit spielen eine eher nachgeordnete Rolle, wie wichtig es ist, zu wissen, dass manche Teile unserer Umwelt häufiger untersucht werden als andere – auch um diesem Trend gegebenenfalls entgegenwirken zu können.

Blau-Blüten ziehen die Wissenschaft besonders an Pflanzen, die blau-Blüten hervorbringen, hatten demnach die größte Chance, untersucht zu werden. Auch weiße und rote Blüten ziehen wohl nicht nur Bienen, sondern auch Wissenschaftler an – zumindest häufiger als braune und grüne Blüten, die sich weniger von ihrem Hintergrund abheben. Ein solches Vorzugsmotiv kommt in der Auswahl der Studienobjekte häufig ungewollt oft unsachliche Einflüsse für die Forschung, schreiben die Tübingen-Wissenschaftler. Sie manifestieren sich in einem „ästhetischen Bias“ derjenigen Daten, die die Grundlage für wichtige Forschungsarbeiten darstellen. Ob es interne Arbeitsabläufe und Mechanismen des Wissenschaftsbetriebs sind, die Forschung mit auffälligen Pflanzen besonders fördern oder ob die menschliche – und damit auch wissenschaftliche – Aufmerksamkeit schon aus evolutionären Gründen eher auf bunte, farbenprächtige Objekte in der Umwelt gelenkt wird, kann die Tübingen-Studie nicht klären. Trotzdem betonen die Autoren, wie wichtig es ist, zu wissen, dass manche Teile unserer Umwelt häufiger untersucht werden als andere – auch um diesem Trend gegebenenfalls entgegenwirken zu können.

Article Illustration

„Bodily“



Just a case

Master's graduation project
Tool to prevent ocean pollution through cigarettes

Sustainability can't be easy? The reusable case is ready to hand when I'm looking for the next trash bin again. As part of a new deposit system, the cigarette pack, lighter and smoked butts can be stowed away compactly and odor-proof. This way, I avoid the toxins in them finding their way into our environment. If everyone just collects their own butts, we save 2000 glasses of water per pack that would otherwise be contaminated.

No one wants to deal with it, but everyone knows it: cigarettes usually end up on the ground and are bad for the environment. But not only the filters are bad, the toxins inside contaminate our groundwater and are much worse. Here lies the potential to make a difference.

With the case I developed, people both are educated about the consequences of cigarette butts in their environment and they get an offer for a more environmentally friendly way to act. This makes it easy and convenient for everyone to collect cigarettes and do their part to protect the environment.

The message is: Even if the impact of collecting cigarettes seems small, it can have an immense impact on our world if each individual does a small part.



Humor,
Vermittlung von
Handlungswissen,
Storytelling



behind the process

Just a case

THE BEST CRITIQUE IS SHOWING A BETTER WAY. - BRUCE MAU



ABOUT HANDS

Hände sind unser ausführendes Organ. Sie machen den Unterschied zwischen Wissen und Handeln. Mit ihnen schaffen wir unsere Zukunft. Illustration = keine Hautfarbe, jeder ist angesprochen. Gegensätze - oben unten

Farben

Drehung

Aktivismus, Beruhigung

Was ist unsere menschliche Natur?

menschliche
**EIGENSCHAFTEN
GEWOHNHEITEN
FÄHIGKEITEN**

WISSEN

HANDELN

=

AUFWAND
im Moment der Handlung

NUTZEN
sichtbarer

=

warum?

DESIGN-KRITERIEN

Wie ermutige ich Menschen, nachhaltig zu handeln?

- Vermittlung von Handlungswissen
Information vermitteln
- Schaffung von Möglichkeiten
Verhalten bequemer machen
temporäre Veränderung der Handlungssituation
- Humor + positive Formulierung
Emotionen, Leidenschaft nutzen , Storytelling
- Selbstwirksamkeit
Effektivität zeigen
Anerkennung, soziale Norm, Belohnung
- Erinnerungshilfen
- Kooperation/Gemeinschaftsgefühl
- Persönlichkeit
Transparenz/Vorbild

Selbstwirksamkeit & Kollektivität

PLEASURE + PURPOSE = HAPPINESS

Bequem, leicht, Spaß

Beispielprojekt

Informationsvermittlung + Handlungsmöglichkeit
= Potential zur Gewohnheit

JUST A CASE im Handumdrehen die Welt verändern



Ziel
Rücksicht auf Umwelt
Konkret an diesem Beispiel:
Zigarettenkippen landen nicht in der Umwelt
Zeigen, dass jede kleine Handlung Auswirkungen hat

Kontext
> 70 % der Erde ist Wasser = Verschmutzung der Meere hat Einfluss auf unser aller Leben
Problem
40 % der Meeresverschmutzung = Zigarettenstummel
1 Stummel verunreinigt 40-60 L Grundwasser
4 Stummel in 1L Wasser töten einen Fisch

UMSETZUNG

Schachtel & Feuerzeug

Stummel & Asche

Verhalten bequemer machen, Schaffung von Möglichkeiten, temporäre Veränderung der Handlungssituation

Illustrierte Anleitung

Humor, Vermittlung von Handlungswissen, Storytelling

Drehbewegung
Emotion, Effektivität zeigen & Selbstwirksamkeit, Storytelling

Emotion, Verhalten bequemer machen

Recyclingsymbol
Anzeige, Vermittlung von Handlungswissen

3D-Muster
Erinnerungshilfe & Haptik

Infografik im Deckel
Erinnerungshilfen, Vermittlung von Handlungswissen, Selbstwirksamkeit & Anerkennung

Infografik im Innenteil des Schachtelfachs
Erinnerungshilfen, positive Formulierung, Kollektivität, Humor

SYSTEM
Nachricht, wie viel insgesamt gesammelt wurde
Belohnung, Kollektivität/Gemeinschaftsgefühl

VISION
Potential für zukünftigen, wiederbefüllbaren Verpackungersatz

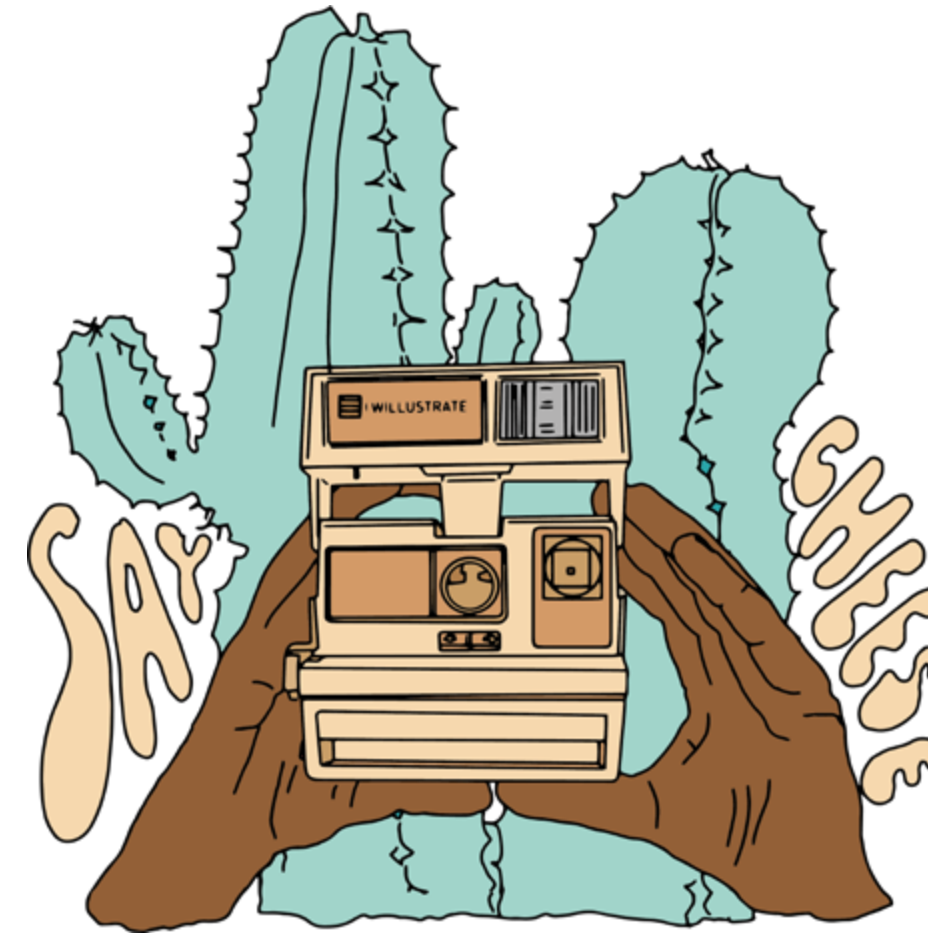


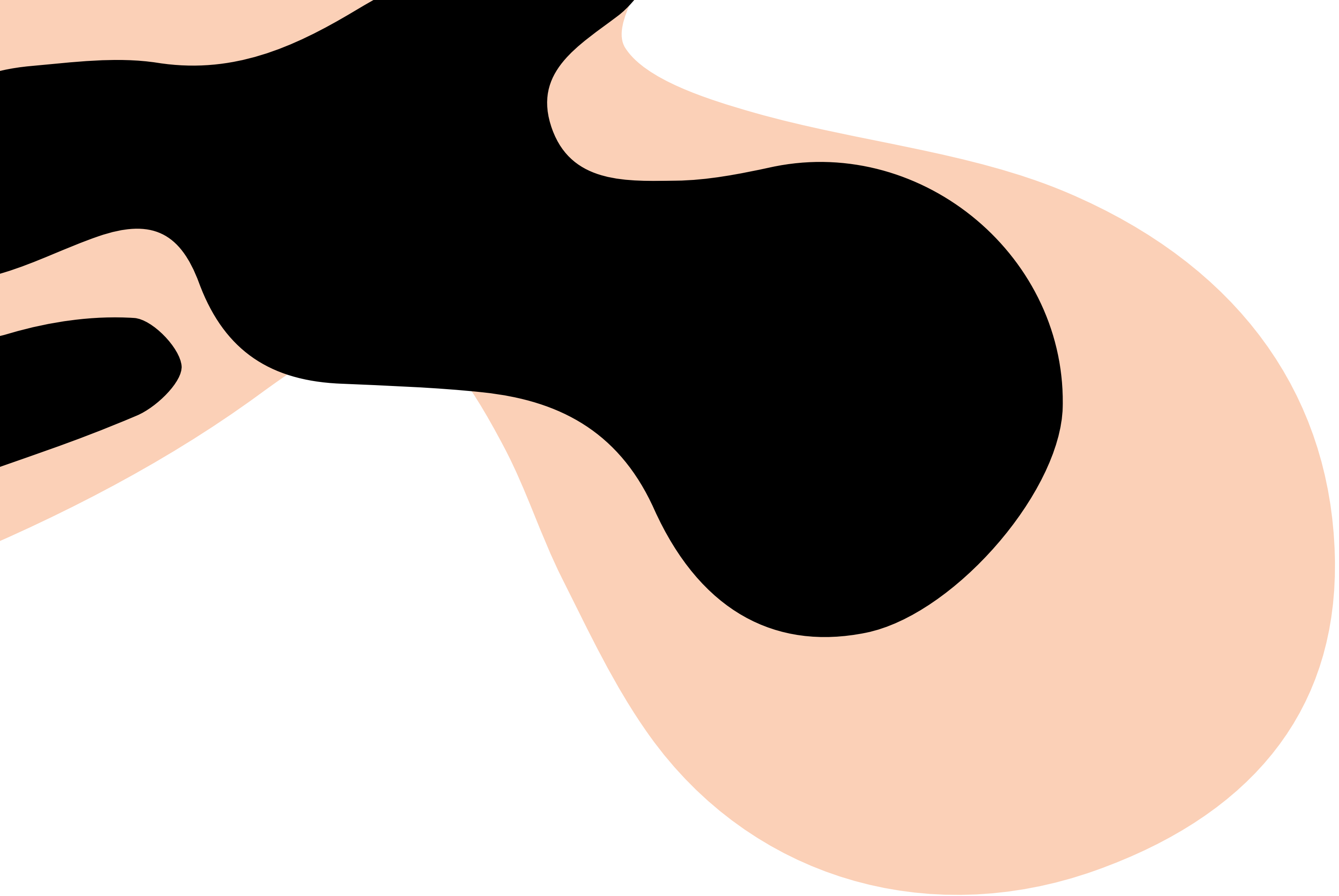
Werkschau FH Salzburg 2022

i.willustrate

[online shop](#)

organic cotton clothing



An abstract graphic in the top left corner consisting of several overlapping organic shapes. A large, solid black shape is the central element, with several smaller, solid orange shapes overlapping it and extending outwards. The shapes have smooth, flowing edges, creating a modern, artistic look.

... to see further projects,
please take a look at my [website](#)
or visit my FH Salzburg [portfolio website](#)

Thank you :)