



PORTFOLIO

A R T D I R E C T I O N





TONI KRÜGER

A R T D I R E C T O R

Seit über zehn Jahren entwickle und realisiere ich Markenkommunikation für Agenturen, Unternehmen und Handelsmarken. Mein Schwerpunkt liegt auf der Weiterentwicklung visueller Markenidentitäten sowie der Gestaltung kanalübergreifender Kommunikationsmaßnahmen, von Packaging und POS über Kampagnen bis hin zu Print-, Social- und digitalen Formaten.

Durch meine langjährige Zusammenarbeit mit interdisziplinären Kreativteams begleite ich Projekte von der Konzeption bis zur produktionsreifen Umsetzung. Dabei verbinde ich konzeptionelles Denken mit einer pragmatischen, umsetzungsstarken Arbeitsweise und setze KI-gestützte Designprozesse selbstverständlich im kreativen Workflow ein.

kembograffx

SCHWERPUNKTE

- Markenidentitäten & Corporate Design
- Kampagnen & Cross-Channel-Kommunikation
- Food-, Retail- & POS-Kommunikation
- Packaging Design
- Social Media & digitale Kommunikationsmittel
- Layoutsysteme & Editorial Design
- Reinzeichnung & Produktionsabwicklung
- Illustration & Visual Storytelling





MEINE (Auswahl) Projekte



LBBW – "NUR MUT"

Kampagnen · Layoutsystem · Cross-Channel

Modulares Kommunikationssystem für Print, DOOH, Social Media und digitale Anwendungen.



BMFSFJ – "Es beginnt mit Dir."

Kampagne · Illustration · Rollout

68 Illustrationen und über 100 Kommunikationsmittel für eine bundesweite Kampagne.



BraufactuM

Branding · Packaging · POS

Entwicklung eines eigenständigen Markenauftritts inklusive Packaging und produktionsreifer Umsetzung.



Alfred Landecker Foundation – #ALFA Pitch

Kampagne · Branding · Illustration

Kampagnenentwicklung für eine Initiative zur Stärkung von Frauen in der Politik.



Kool Savas – "AGHORI"

Branding · Packaging · Artwork

Entwicklung einer konsistenten visuellen Bildwelt für physische und digitale Veröffentlichungen



Deutsche Innungsbäcker

Kampagnen · POS · Markenkommunikation

Mehrjähriger Rollout einer bundesweiten Dachmarke mit Kampagnen-, POS- und Printkommunikation.



BMW F 800 GS (fiktiv)

Konzeption · Editorial

Ausgezeichnet mit „100 Beste Plakate“ und nominiert für den German Design Award.



LB≡BW NUR MUT

Cross-Channel-Kommunikation · Layoutsystem ·
Markenkommunikation

Für die Kampagne „Nur Mut“ der LBBW entstand ein kanalübergreifendes Kommunikationssystem für Print- und digitale Anwendungen. Innerhalb des Agenturteams war ich für die Entwicklung und Umsetzung des Layoutsystems sowie die Adaption der Kampagne auf unterschiedliche Kommunikationskanäle verantwortlich.

Rolle: Art Director

Agentur: Scholz&Friends

**Scholz
&Friends**



MEINE ROLLE

Mein Beitrag

- Entwicklung des Layoutsystems
- Gestaltung kanalübergreifender Kommunikationsmittel
- Umsetzung von Social-Media-Assets, Bannern und Newslettern
- Gestaltung kanalübergreifender Kommunikationsmittel
- Reinzeichnung und finale Produktionsübergabe

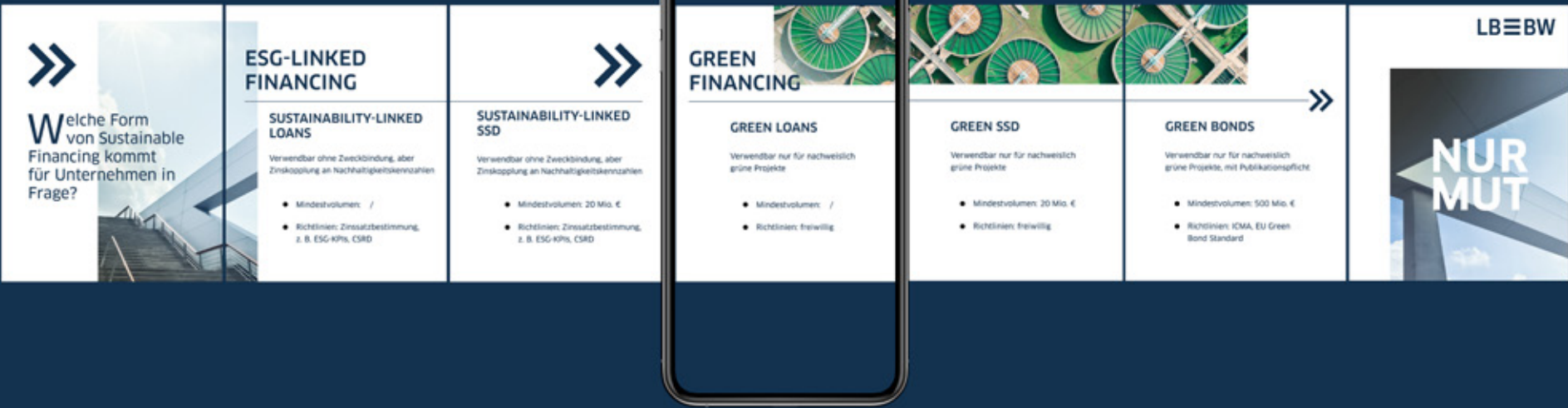
Projektfakten

- DOOH
- Social Media
- Newsletter
- Print & Digital
- Cross-Channel



NUR
MUT

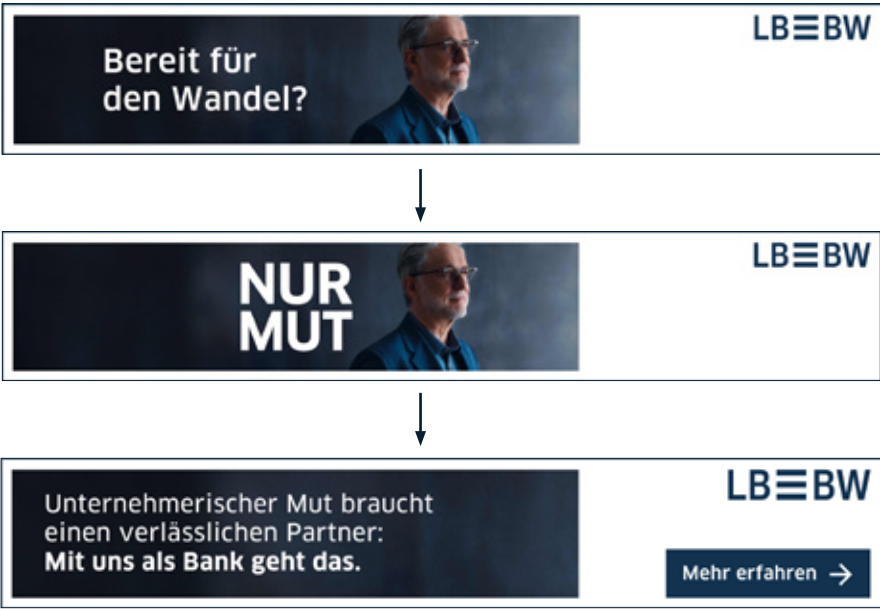
LinkedIn PDF Slider



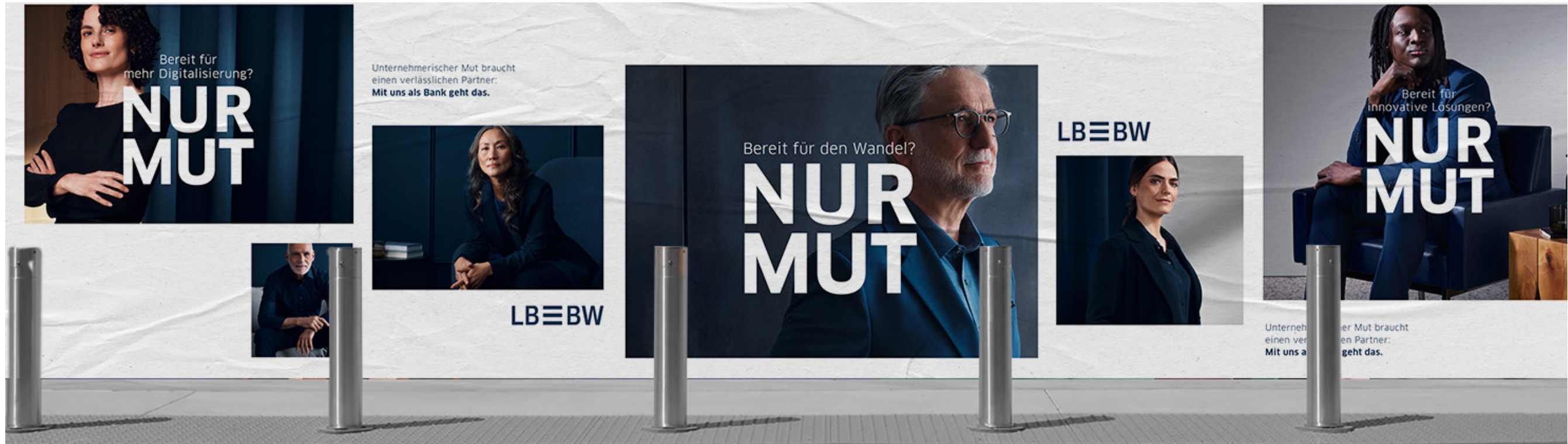
LinkedIn Header



LinkedIn Posts



Web Banner (animiert)



Unternehmerischer Mut braucht einen verlässlichen Partner:
Mit uns als Bank geht das.

LB≡BW



BMFSFJ

ES BEGINNT MIT DIR.

Kampagnenkommunikation · Illustration · Cross-Channel

Im Rahmen der bundesweiten Kampagne „Es beginnt mit Dir.“ entstand ein umfangreiches Kommunikationssystem für Print-, Social- und digitale Medien. Als Teil des Kreativteams war ich für Illustration, Layout und die gestalterische Umsetzung verantwortlich.

Rolle: Art Director

Agentur: Scholz&Friends

**Scholz
&Friends**



MEINE ROLLE

Mein Beitrag

- Entwicklung und Ausarbeitung des Layoutsystems
- Gestaltung von Kommunikationsmitteln
- Illustration
- Cross-Channel-Adaption
- Reinzeichnung

Projektfakten

- 68 Illustrationen
- 100+ Kommunikationsmittel
- Social Media
- Print
- bundesweiter Rollout

ES BEGINNT
MIT DIR.

ES BEGINNT MIT DIR.




**SEI
RESPEKTVOLL.**
Alter, Geschlecht oder Herkunft
spielen nur dann eine Rolle, wenn es
konstruktiv zum Thema beiträgt.


**HÖRE GENAU HIN
UND VERSUCHE
ZU VERSTEHEN.**
Stelle Rückfragen, falls Du nicht sicher
bist, was der Andere meint. Frage offen
und sachlich.


**BLEIB SACHLICH
UND BEIM THEMA.**
Schweife nicht ab – gerade,
wenn es emotional wird.


**BRINGE NEUE
ARGUMENTE EIN.**
Inspriere die Diskussion mit neuen
Sichtweisen. Halte dich dabei kurz
und nutze einfache Sätze.


**3 VORSÄTZE
FÜRS NEUE
JAHR:**


**AUSTAUSCH
MIT SENIORINNEN
UND SENIOREN**
Im Austausch mit Älteren lernst du viel.
Ob bei einer Runde Rommé, einem
Spaziergang oder einer Tasse Tee:
Es gibt viele Anlässe, sich zu treffen.


**HINTER
DIE KULISSEN
SCHAUEN**
Viele Institutionen und öffentliche
Einrichtungen bieten am Tag der offe-
nen Tür Einblick in schwer zugängliche
Bereiche. So kannst du ihre Arbeit
besser kennenlernen.


**PARTIZIPATION
ÜBEN**
Mach ein Praktikum im Büro eines
Abgeordneten, um Einblick in die
alltägliche Arbeit im Politikbetrieb
zu bekommen.


**DAS EIGENE
VIERTEL ENTDECKEN**
Umso besser du deine Nachbarschaft und
dein Viertel kennst, desto leichter ist es,
sich gegenseitig zu helfen, Freundschaften
zu schließen und Offenheit zu leben.



Geteilte Beiträge und weitere Personen
MENSCHENWÖRTER BEGINNT MIT DIR.
JETZT DEMOKRATIE-LEBEN.DE

Die Menschenwürde ist unantastbar – klar, darauf können wir uns einig sein. Oder? Aber was, wenn wir auch sagen, dass auch in Deutschland jeden Tag die Menschenwürde missachtet wird? Wenn Menschen aufgrund ihres Alters oder ihrer Herkunft angegriffen werden oder Kinder und Erwachsene Opfer von häuslicher Gewalt werden, dürfen wir nicht wegsehen, sondern müssen laut werden – oder Hilfe anrufen. Lieber einmal zu viel als einmal zu wenig. #DemokratieLeben



**ES BEGINNT MIT
29.000.000
ENGAGIERTEN**
JETZT DEMOKRATIE-LEBEN.DE

Geteilte Beiträge und weitere Personen
Hilfs die Wahlberechtigte. Es gibt 29 Millionen Wahlberechtigte in Deutschland. Gehört ihr auch dazu? Dann verleiht euren Stimmen in den Kommentaren und erzählt uns, wofür ihr euch engagiert! #DemokratieLeben



**ES BEGINNT MIT
29.000.000
ENGAGIERTEN**
JETZT DEMOKRATIE-LEBEN.DE

Comments...



Die Kampagne "Es beginnt mit dir." würdigt demokratisches Engagement.

Schon in der Schule lernen Kinder demokratische Werte und das deutsche Grundgesetz kennen. Doch wie lassen sich demokratische Werte mit Leben füllen? Zum Beispiel, indem wir uns aktiv gegen Menschenfeindlichkeit und für mehr Gerechtigkeit einsetzen: im Alltag, auf der Straße, im Beruf, im Sportverein oder im Freundeskreis.

Am 10. Dezember 1948 wurde die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte von den Vereinten Nationen (UN) verabschiedet. Sie umfasst 30 Artikel und war eine große Errungenschaft nach den Schrecken des Zweiten Weltkriegs. Diese UN-Erklärung ist zwar rechtlich nicht bindend, aber „das von allen Völkern und Nationen zu erreichende gemeinsame Ideal“. Deutschland hat die Menschenrechte im Grundgesetz als Basis

die Aufgabe von uns allen: Politik, Städte und Gemeinden – aber auch jedem Bürger und jeder Bürgerin. Sei es diskriminierenden Kommentaren offen zu widersprechen, seinen Nachbarn und Nachbarinnen uneingeschränkt zu begegnen oder gemeinsam auf dem Christopher-Street-Day Solidarität zu zeigen: Es gibt viele Möglichkeiten, für Menschenwürde und Menschenrechte einzustehen. Und gerade dort, wo demokratische Werte unter Druck geraten, ist es besonders wichtig.



Artikel 1 Grundgesetz
(1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt.
(2) Das Deutsche Volk bekennt sich darum zu unverletzlichen und unveräußerlichen Menschenrechten als Grundlage jeder menschlichen Gemeinschaft, des Friedens und der



Die Kampagne "Es beginnt mit dir." würdigt demokratisches Engagement.

Ob im Alltag, im Beruf oder im Freundeskreis: Wir alle geraten immer wieder in Situationen, in denen wir uns mit Menschen auseinandersetzen müssen, die anderer Meinung sind. Dies ist für ein demokratisches Miteinander unerlässlich. Zuhören können, Meinung sind. Dies ist für ein demokratisches Miteinander unerlässlich. Zuhören können,



Mehrdeutigkeiten und Widersprüche aushalten
Viele Menschen nehmen die Welt in Kategorien wie schwarz oder weiß, Freund oder Feind, richtig oder falsch wahr. Sachverhalte, Charaktere oder Aussagen, die nicht in eine Schublade passen, verunsichern sie. Mehrdeutiges zu akzeptieren, erfordert Ambiguitätstoleranz. Das ist die Fähigkeit, vieldeutige Situationen und widersprüchliche



Füreinander eintreten beginnt mit dir.

Ob im Freundeskreis, im Berufsleben oder auf der Straße: In

fühle verantwortlich und stehen füreinander ein.



Beherzt einzuschreiten, wenn andere beleidigt, bedroht oder angegriffen werden, nennt man Zivilcourage. Abgeleitet vom lateinischen Wort "civis" (Bürger) und dem französischen "courage" (Mut) heißt Zivilcourage nichts anderes als "Bürgermut". Ohne ihn könnte keine Demokratie funktionieren und von Bestand sein, denn er hilft, für Gerechtigkeit zu sorgen und unsere demokratischen Werte zu verteidigen.

Zivilcourage erfordert, wie der Name schon sagt, Mut und auch Selbstbewusstsein – Fähigkeiten, die man lernen und wie einen Muskel trainieren kann. Schauen Sie sich hier

können wir sie anwenden: zum Beispiel, wenn wir in der Schule für Außenstehende Partei ergreifen, obwohl uns die anderen dafür auslachen. Oder wenn wir klar sagen, dass wir Witze über Geflüchtete oder queere Menschen nicht lustig finden. Zivilcourage bedeutet, andere



Mit Respekt durchs Netz
Digitale Gewalt hat viele Gesichter, deshalb braucht es auch vielfältige Ansätze und Lösungen. Im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben!“ widmet sich das Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz diesen komplexen Herausforderungen. Durch den Zusammenschluss vier etablierter Organisationen (DAS NETZ, HateAid, jugendschutz.net und Neuse deutsche



Schon in der Schule lernen Kinder demokratische Werte und das deutsche Grundgesetz kennen. Doch wie lassen sich demokratische Werte mit Leben füllen? Zum Beispiel indem wir uns aktiv gegen Menschenfeindlichkeit und für mehr Gerechtigkeit einsetzen: im Alltag, auf der Straße, im Beruf, im Sportverein oder im Freundeskreis.

Am 10. Dezember 1948 wurde die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte von den Vereinten Nationen (UN) verabschiedet. Sie umfasst 30 Artikel und war eine große Errungenschaft nach den Schrecken des Zweiten Weltkriegs. Diese UN-Erklärung ist zwar rechtlich nicht bindend, aber „das von allen Völkern und Nationen zu erreichende



WERBEMITTEL





BRAUFACTUM

BIER BAR / PALE ALE

Branding · Packaging · Food Design

Für Braufactum entstand ein eigenständiger Markenauftritt für eine Bierbar sowie ein Packaging-Konzept für ein Pale Ale. Neben Branding und Packaging gehörten die produktionsreife Umsetzung sowie die Abstimmung von Veredelungen und Sonderfarben zum Projektumfang.

Rolle: Art Director

Agentur: dorland

dorland



Pale Ale



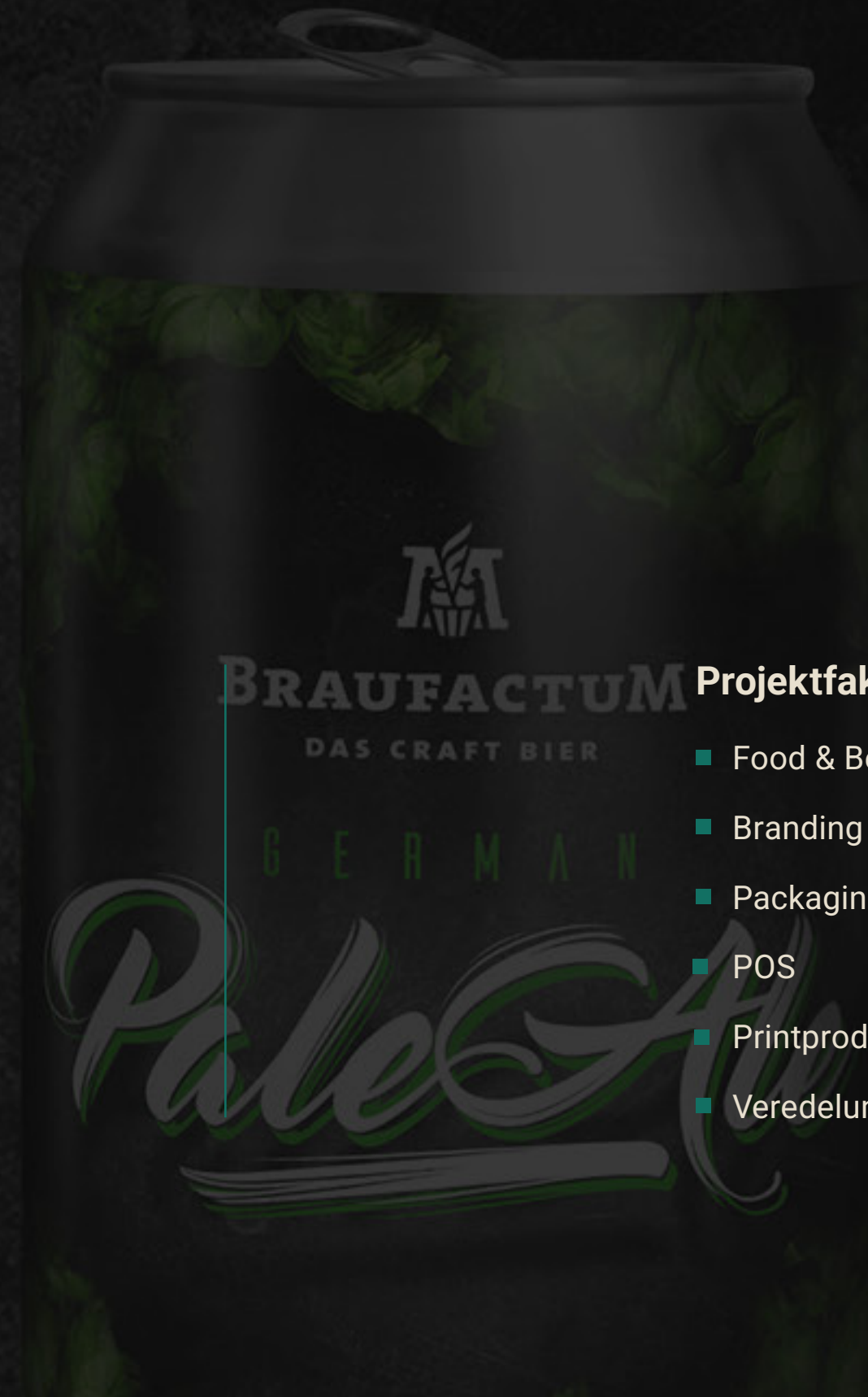
MEINE ROLLE

Mein Beitrag

- Entwicklung des Markenauftritts
- Gestaltung des Packaging Designs
- Umsetzung von POS- und Kommunikationsmitteln
- Reinzeichnung und Druckvorbereitung
- Produktionsabstimmung

Projektfakten

- Food & Beverage
- Branding
- Packaging
- POS
- Printproduktion
- Veredelung



ENTWICKLUNG



IDEE nach Phase 2



LOGO FINAL





G E R M A N

Pale Ale



Phase 1



Phase 2



Final





#ALFA

(Pitch)

Kampagne · Branding · Illustration

Im Rahmen eines Pitches für die Alfred Landecker Foundation entstand eine Kampagne, die sich für mehr Frauen in der Politik einsetzt. Gemeinsam mit dem Kreationsteam wurden die Kampagnenidee, eine eigenständige Wort-/Bildmarke sowie plakative Illustrationen entwickelt. Ein flexibles Gestaltungssystem bildete die Grundlage für die Umsetzung über zahlreiche Print- und Digitalmedien hinweg.

Rolle: Art Director

Agentur: Scholz&Friends

Scholz
&Friends



MEINE ROLLE

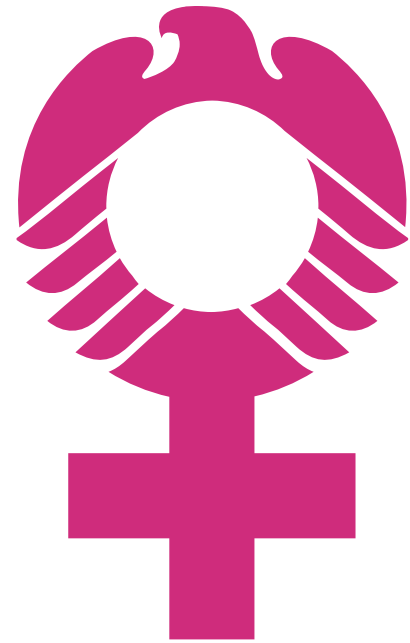
Mein Beitrag

- Entwicklung des visuellen Gestaltungssystems
- Konzeption und Gestaltung der Wort-/Bildmarke
- Entwicklung und Illustration der Kampagnenmotive
- Cross-Channel-Adaption für Print und Digital

Projektfakten

- Pitchprojekt
- Kampagnenentwicklung
- Corporate Signet & Illustrationssystem
- Print-, Digital- und Social-Media-Adaption

WORT-/BILDMARKE



BUNDESADLER

+



VENUS SYMBOL

=



ALFA LOGO



#ALFA

Alfred Landecker Female Action Initiative
alfredlandecker.org/alfa



#ALFA

Alfred Landecker Female Action Initiative
alfredlandecker.org/alfa

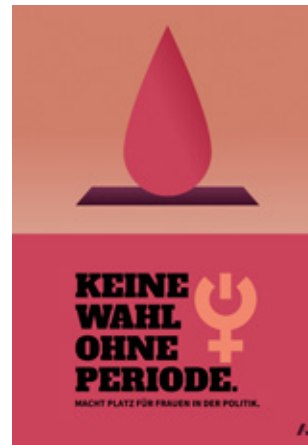


#ALFA

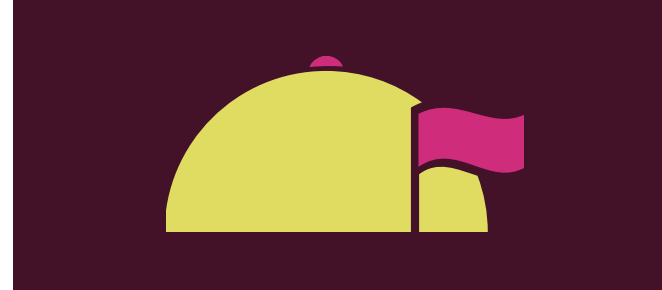
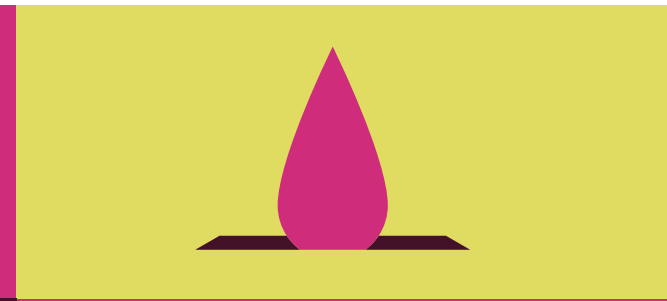
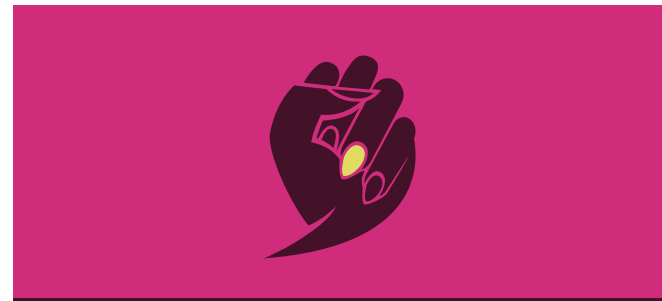
Alfred Landecker Female Action Initiative
alfredlandecker.org/alfa

MOTIV

Entwicklung



Illustration



**KEINE
WAHL
OHNE
PERIODE.**

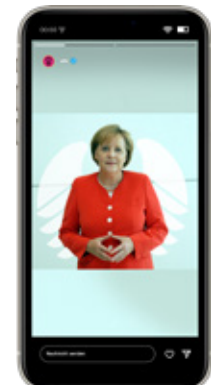
Mehr Frauen in die Politik!



#ALFA

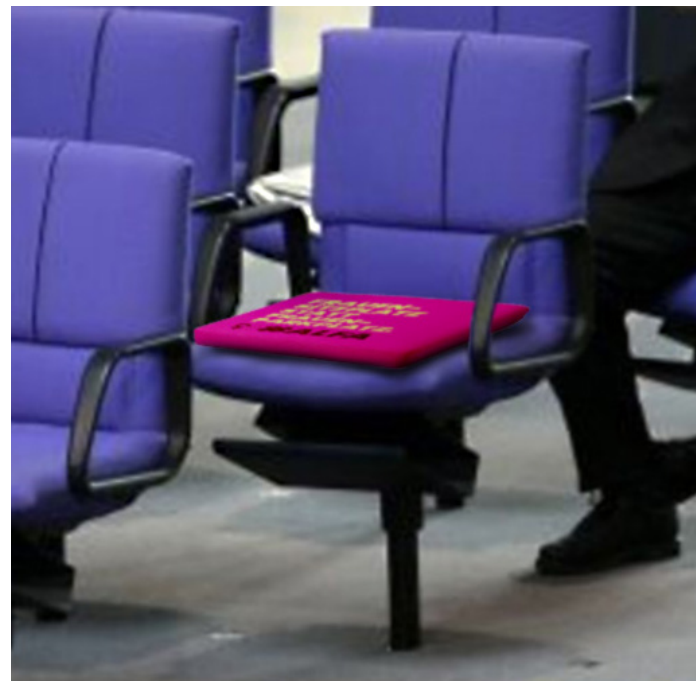
Alfred Landecker Female Action Initiative
alfredlandecker.org/alfa





#ALFA

Alfred Landecker Female Action Initiative
alfredlandecker.org/alfa





KOOL SAVAS AGHORI

Branding · Packaging · Artwork

Für das Album „AGHORI“ entstand eine eigenständige visuelle Bildwelt für physische und digitale Veröffentlichungen. Die Gestaltung wurde konsistent auf sämtliche Kommunikations- und Releaseformate übertragen.

Rolle: Art Director / Illustrator

Kunde: Essah Media GmbH / Kool Savas



MEINE ROLLE

Mein Beitrag

- Entwicklung und Umsetzung der visuellen Bildwelt
- Gestaltung von Packaging und Artwork
- Umsetzung digitaler Assets
- Adaption auf unterschiedliche Formate

Projektfakten

- Branding
- Packaging
- Print
- Digital
- Illustration

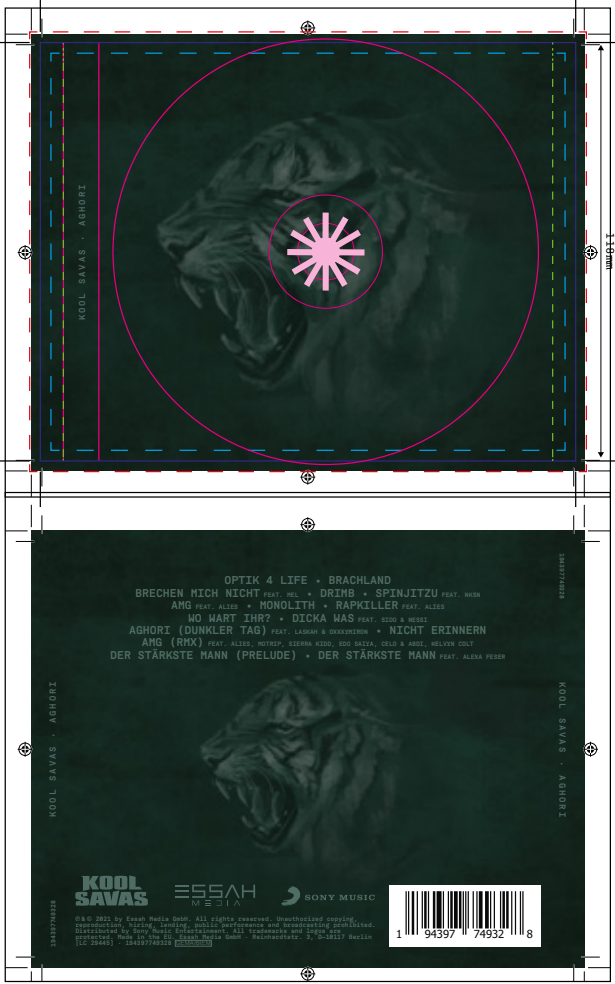
Box (Stanze)



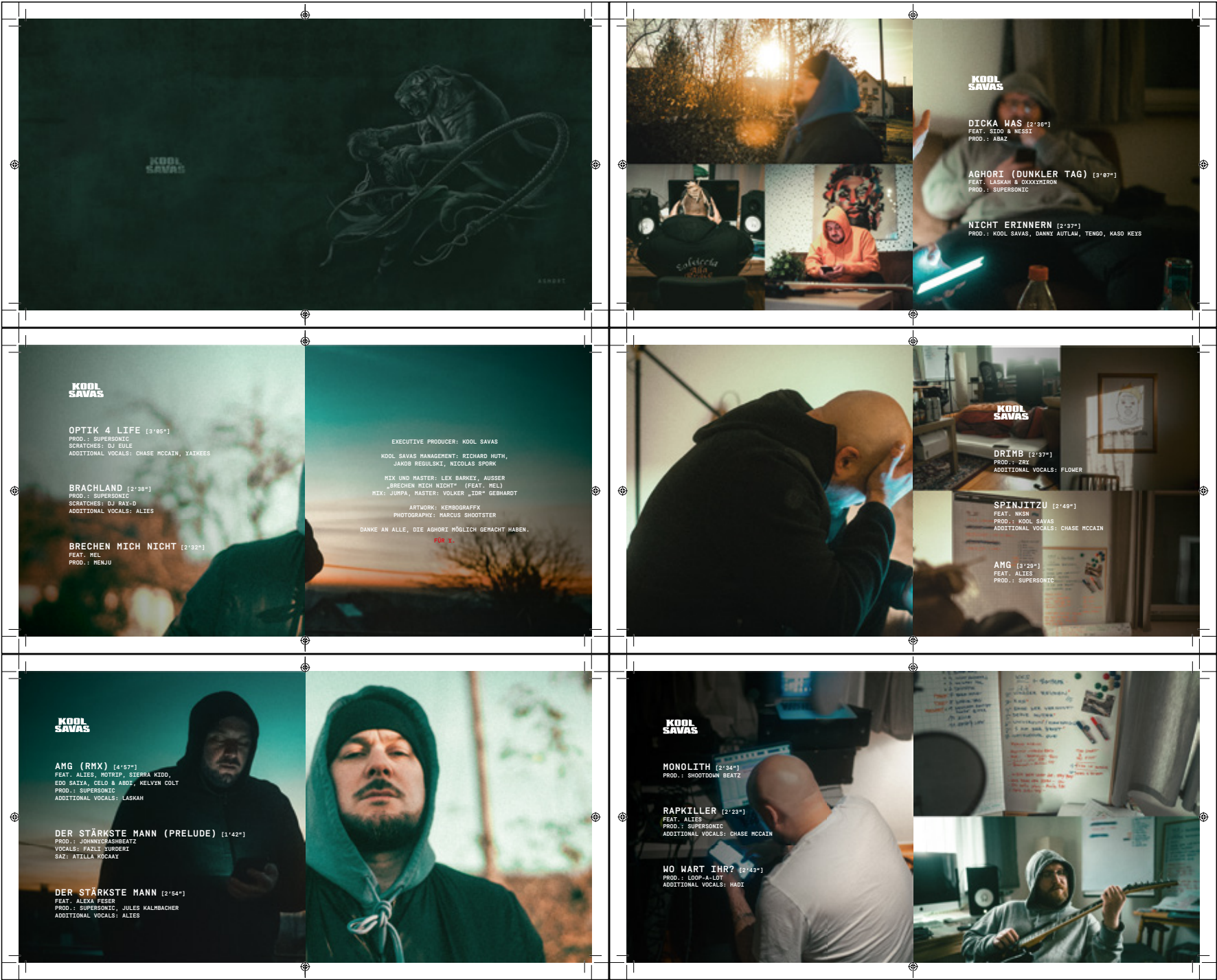
CD Label



Jewel Case Inlay



Booklet (Druckbögen)





A G H O R I



अघोर





DEUTSCHE INNUNGSBÄCKER

Kampagnenkommunikation · POS · Markenkommunikation

Für die bundesweite Dachmarke Deutsche Innungsbäcker entstanden über mehrere Jahre hinweg Kampagnen-, POS- und Kommunikationsmaßnahmen für unterschiedliche Aktionen und Werbemittel. Ziel war eine konsistente Markenkommunikation über sämtliche Touchpoints hinweg.

Rolle: Art Director

Agentur: dorland

dorland



MEINE ROLLE

Mein Beitrag

- Entwicklung und Umsetzung von Kampagnenmotiven
- Gestaltung von POS-, Print- und Werbemitteln
- Weiterentwicklung wiederkehrender Kommunikationsformate
- Reinzeichnung und Produktionsabstimmung
- Sicherstellung eines konsistenten Markenauftritts

Projektfakten

- mehrjähriger Rollout
- POS-Kommunikation
- Print
- Kampagnen
- Corporate Design
- Produktionsreife Umsetzung

WERBEMITTEL



KATALOG

EINLEITUNG

NUR GEMEINSAM SIND WIR STARK!

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Innungsbäcker,

„Qualität bedeutet, der Kunde kommt zurück, nicht die Ware“, hat einst Hermann Tietz – Namensgeber des Warenhauses Herbol – formuliert. Insbesondere für eine Innungsbäckerei ist es wichtig, unseren Kunden die hochwertigste Qualität unserer in Backhandwerk hergestellten Waren zu vermitteln.

Im Frühjahr und Spätsommer wird die Kampagne der Deutschen Innungsbäcker als TV-Spot vor und nach dem Wetter in ARD-Morgensendungen zu sehen sein – eine Aktion mit großer Reichweite. Machen Sie mit und zeigen Sie in Ihrer Bäckerei das Innungsbäcker-Logo. Nur GEMEINSAM können wir viel bewegen – hierzu müssen wir direkt an die Kunden. Mitreißer sind ein Grund für die Beibehaltung unserer gemeinsamen Auftritt der Innungsbäcker.

Die Spenden-Aktion zugunsten von BILD hilft e. V. „Ein Herz für Kinder“ im vergangenen Jahr war ein voller Erfolg und hat unsere Gemeinschaft und Sympathie in der Öffentlichkeit verschärft. In diesem Jahr möchten wir zusammen mit Ihnen erneut viele Handwerke backen und noch mehr hilfsbedürftige Kinder unterstützen. Damit die Aktion „Ein Brot, das Gut ist“ auch in diesem Jahr erfolgreich verläuft, zählt das Mitbacken jedes einzelnen Innungsbäckers.

Natürlich freuen wir uns auch auf die weiteren Highlights des Jahres, wie das bundesweite „Tag des Deutschen Brotes“ und das neue „Brot des Jahres“. Mit vielversprechenden Maßnahmen sind wir 2019 mitreißer für unsere Innungsbäcker aktiv. Wir haben den Aktionskatalog optimiert und werden diesen künftig in weiterer Folge ebenfalls veröffentlichen. Die damit eingesparten finanziellen Mittel können wir dem sinnvoll in weitere Kampagnen investieren. Das ist ein verantwortungsvoller Umgang mit den Beiträgen der Mitglieder.

Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches laufendes Geschäftsjahr mit vielen zufriedenen Kunden.

Mit herzlichen Grüßen
Maren Andersen
Vorsitzende der Werbegemeinschaft

INHALTSVERZEICHNIS

GEMEINSAM STARK DURCH 2019
Wie wir die Bilanz unserer Kampagne in diesem Jahr weiter ausbauen. **14**

WIR FEIERN DIE HELDEN DER VIELFALT
Landesweiter Festtag für besten Genuss: Der Tag des Deutschen Brotes. **16**

FERES HERZ VON HAND GEBACKEN
Mit einer Teilnahme-Gutscheine: Die Aktion ausgeben von BILD hilft e. V. „Ein Herz für Kinder“. **17**

LEUCHTETURMBÄCKER LUCKY LUTZ
Über Backerei zur Nachhaltigkeit und sozialen Engagement: das Interview mit dem Foodmasterbäcker Lucky Lutz. **18**

KNISPIC, KRÄFTIG, BUSTIKAL: DAS BROT DES JAHRES 2019
Was der neue Meister des Brot und warum er so viel Brot backt. **21**

IMAGE
„Ein Brot ist Innungsbäcker“ – die starken Innungsbäcker für Ihre Bäckerei. **23**

BACK DER DREI ZUKUNFT
Genuss erfüllt ein Brot: die Perspektiven im Backhandwerk für zukünftige Auszubildende. **25**

FLUCHTELING IM BÄCKEREIHANDWERK
Ein Jahr in der Bäckerei: Was Sie Gutes tun und den Fachoffizier verfolgen. **30**

1. LIEBE INNUNGSBÄCKER
Was Innungsbäcker in der Bäckerei aufbauen werden. **32**

ONLINE-SERVICES FÜR IHREN BETRIEB
Individuelle Unterstützung und Beratung bei Ihrem Absatz. **33**

EIN NACHHALTIGES GESCHÄFTSMODELL
Dass professionell und gesund: die Mehrwerte der Werbegemeinschaft. **36**

DER WEINHAUSMANN LIEFERT DIE GESCHENKE
Die Lebensmittel sind ein Teil der Innungsbäcker. **38**

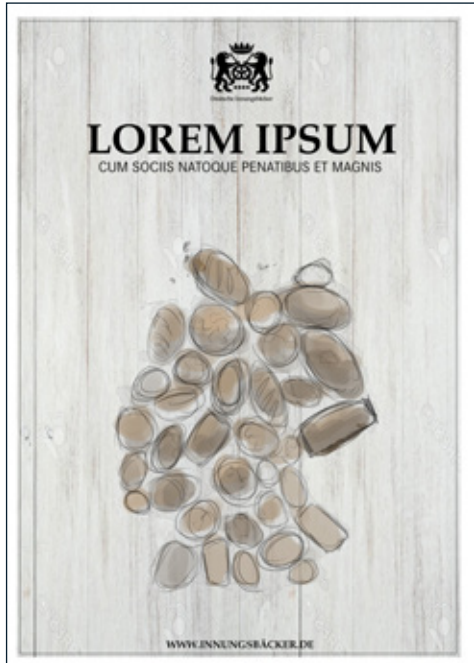
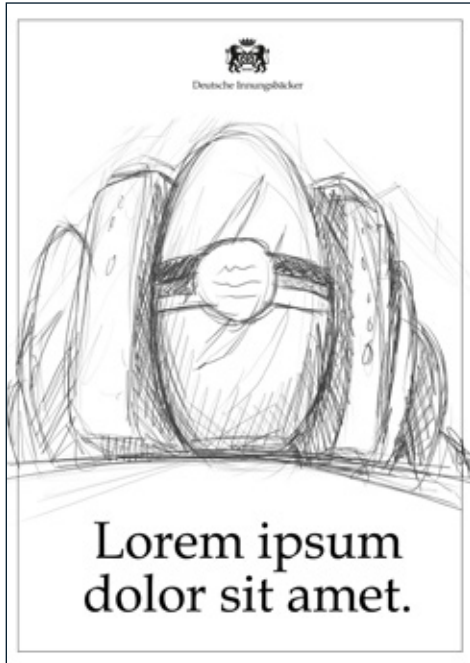
BACKEN UND BACKMAN
Mit Backman sprechen: eine ausgewogene Ernährung. **40**

MEISE
Ein starker Auftritt: die Meisterwerk der Deutschen Innungsbäcker. **42**

INDIVIDUALISIERUNG
Zum professionellen Image professionell und das individuelle Profil stärken. **44**

BESTELLPROZESS
Einfach, schnell, mit persönlicher Beratung. **45**

PLAKATE



TAG DES DEUTSCHEN BROTES

VIELFALT WIRD VON HELDEN GESCHAFFEN.

WIR FEIERN DIE HELDEN DER VIELFALT:
Am 07. Mai 2019 ist es wieder so weit. Wir feiern den „Tag des Deutschen Brotes“ in den Regionen ebenso wie mit einer zentralen Festveranstaltung in Berlin. In den vergangenen Jahren hat die Popularität des Brotes mehr und mehr zugenommen. Inzwischen kennt schon fast jeder „deutsches Brot“, eine Brezzel für unsere Brote, probieren Sie von diesem Bekanntheitsgrad und feiern Sie mit.

IHRE MEISTERWERKE IM RAMPFENLICHT:
Zeigen Sie, wie vielfältig Ihre Backwarenpalette ist und bieten Sie zum „Tag des Deutschen Brotes“ Ihre Spezialitäten zur Verkostung an. Oder anbieten Sie ein Brotangebot für diesen Tag und machen Sie so auf sich und Ihr handwerkliches Handwerk aufmerksam. Die Profis freuen die Back-Schokolade mit dem offiziellen Logo und all die weiteren akkommodierenden Werbemittel unterstützen Sie bei der Präsentation Ihrer besonderen Backwaren.

SIE SIND INNUNGSBÄCKER!
Wenn Sie das Bild mit dem offiziellen Logo der Deutschen Innungsbäcker schneiden und den „Tag des Deutschen Brotes“ anbieten, unterstützen Sie die große Mehrheit des Events und von allen öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen. Die Innungsbäcker geben die Handlungsmuster der Flagge und geben Sie sich klar als Innungsbäcker zu erkennen, der aus Tradition, mit Kompetenz, für den besten Genuss sorgt.

WERBEMITTEL

BROTBEUTEL
28 x 4,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818004 | Preis: 1,20 € (1 VE = 1 Stk.)

FALTENBEUTEL
28 x 7,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818004 | Preis: 10,90 € (1 VE = 100 Stk.)

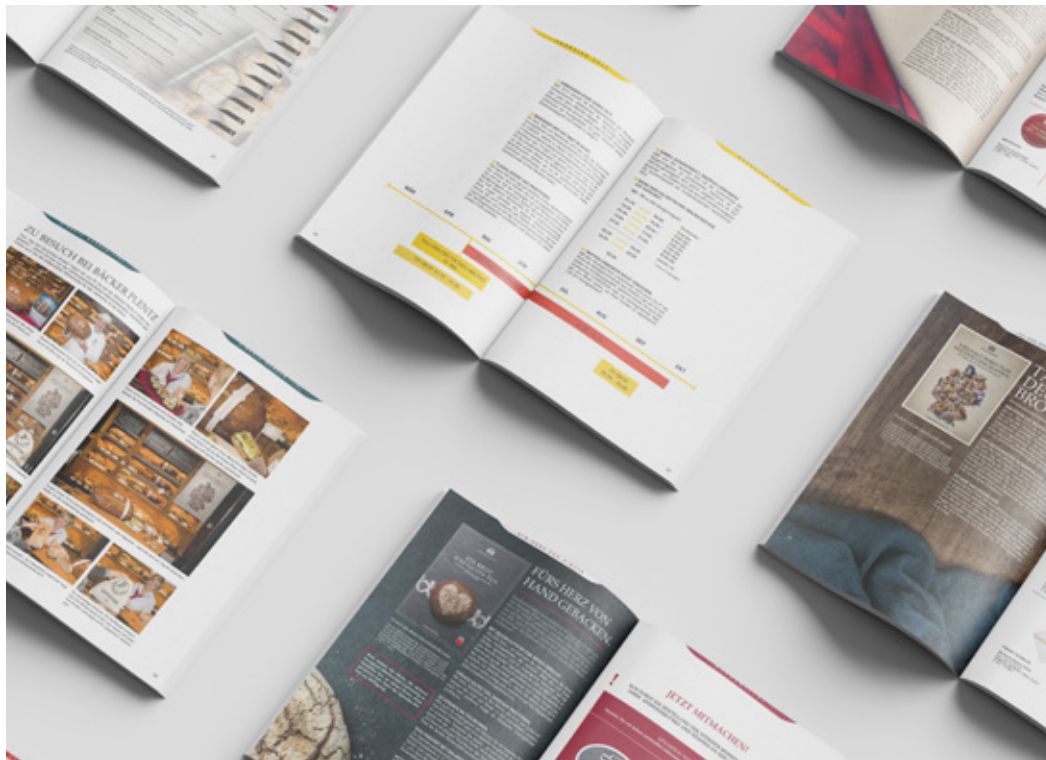
BROT-SANDEROLE
28 x 4,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818005 | Preis: 5,80 € (1 VE = 50 Stk.)

PROBIER-PIKIER
28 x 4,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818004 | Preis: 3,80 € (1 VE = 30 Stk.)

THESEN-VOELLER
28 x 4,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818005 | Preis: 2,20 € (1 VE = 10 Stk.)

BROT-SCHABERONT-WAPPEN
28 x 4,5 cm (B x H)
Artikel-Nr. 0818005 | Preis: 8,90 € (1 VE = 10 Stk.)







BMW F 800 GS

Editorial Illustration · Konzept · Plakatgestaltung

Im Rahmen eines Hochschulprojekts entstand eine konzeptionelle Plakatserie für die BMW F800 GS. Die Arbeit wurde zu den „100 Besten Plakaten“ ausgezeichnet und später für den German Design Award nominiert.

Projektfakten

- Gewinner "100 Beste Plakate"
- German Design Award Nominee



German
Design Award

NOMINEE 2015



SELECTED NDA *Work*

Strategische Kommunikationsprojekte, interne Markenkommunikation und digitale Assets für Unternehmen aus Technologie, Industrie und regulierten Branchen.

■ C-Level Präsentationen

Strategische Präsentationen für interne Stakeholder, Leadership und externe Kommunikation

■ KI-gestützte Visualisierung

Renderings, Mockups und visuelle Konzeptentwicklung

■ Digitale Assets

LinkedIn Content, Online Banner und kanalübergreifende Formate

■ Brand Assets

Diagramme, Messegrafiken, Poster, Packaging und Layoutsysteme

■ Rollouts & Finalisierung

Adaptionen, Formatvarianten und finale Asset-Übergaben

Aus Vertraulichkeitsgründen können diese Arbeiten nicht öffentlich gezeigt werden. Beispiele erläutere ich gerne im persönlichen Gespräch.





ILLU *stration*







FOTO

gratite





ABOUT *me*

Ich bin Art Director & Designer mit über zehn Jahren Erfahrung in der **Entwicklung markenprägender Kommunikationslösungen** für Agenturen, Unternehmen und Handelsmarken. Mein Schwerpunkt liegt auf der **Konzeption** und **Gestaltung kanalübergreifender Kampagnen** sowie der Weiterentwicklung visueller **Markenidentitäten**, von **Print, POS** und **Packaging** bis hin zu **digitalen** und **sozialen Medien**.

Ich arbeite mich schnell in neue **Marken, Teams** und **Prozesse** ein und begleite Projekte von der **ersten Idee** bis zur **produktionsreifen Umsetzung**. Dabei verbinde ich **konzeptielles Denken** mit einer strukturierten, pragmatischen Arbeitsweise und setze KI-Tools selbstverständlich zur Recherche, Ideenentwicklung und Optimierung kreativer Workflows ein.

SO ARBEITE ICH

- 01 VERSTEHEN**
Marke · Zielgruppe · Aufgabe
- 02 IDEEN ENTWICKELN**
Konzept · Gestaltungssystem · Kommunikation
- 03 GESTALTEN**
Print · Digital · Social · POS
- 04 UMSETZEN**
Reinzeichnung · Produktion · Qualität

DANKE FÜR EURE ZEIT.

Ich freue mich darauf, meine Erfahrung in der Entwicklung markenprägender Kommunikation, kanalübergreifender Kampagnen und visueller Markenidentitäten in euer Team einzubringen und gemeinsam wirkungsvolle Kommunikation zu gestalten.

Für Rückfragen oder ein persönliches Gespräch stehe ich jederzeit gerne zur Verfügung.

