

## Portfolio 2023

TEIL I.



Für das Gold.



# MVZ

Ihre Zahnärzte im Norden

ZAHNHEILKUNDE  
KIEFERORTHOPÄDIE  
DENTALLABOR



## FRISCH ENTLASSEN

MVZ Nord

# Ihre Zahnärzte im Norden

Corporate Design · Website

Das Corporate Design vereinheitlicht das Erscheinungsbild und stärkt die öffentliche Wahrnehmung der Marke MVZ-Nord mit ihren zwei Niederlassungen als kompetenten, dynamischen und modernen Zahnspezialisten in Norddeutschland und Süddänemark.

**Konzept:** Zähne schützend – Schmerz lindernd.

Hier dreht sich alles um den Zahn: Die neue Wort-Bild-Marke zeigt eine weiße Zahnsilhouette auf einem amorph umrandeten, pink-blauen Farbverlauf, umringt von weissen Farb-abstufungen. Form- und Farbgebung sind individuell, wirken dynamisch, transparent und modern.

Das **MVZ-Nord Corporate Design Manual** zum Download:

[https://mvz-nord.de/get/cd\\_manual-mvz\\_nord.pdf](https://mvz-nord.de/get/cd_manual-mvz_nord.pdf)



Vita Extract Organics

## Green Gold care series

---

In Arbeit · Corporate Design · Packagings · Renderings

---

Sozial und visionär für Afrika: Eine zu hundert Prozent nachhaltige Pflegeserie auf der Basis von Aloe Vera aus Ghana.

**Konzept:** Organisch – nachhaltig – handgemacht.

Von den Inhaltsstoffen über die Verpackungen und Labels bis zum Vertrieb und Verkauf: Ein möglichst geringer ökologischer Fingerabdruck auf allen Produktionsebenen sowie die Förderung lokaler Arbeitsplätze sind das zentrale Anliegen von Vita Extract Organics.

Das Naming »Green Gold« verweist auf seinen Ursprung an der »Gold Coast« in Ghana. Die Seife in Barrenform ist sprichwörtlich grünes Gold.



Vita  
Extract  
Organics





WEINTRADITION AUS GEORGIEN

## RELAUNCH

Chelti

# Weintradition aus Georgien

Relaunch · Corporate Design · Renderings · Website

Das Weingut Chelti im Alasani-Tal im Osten Georgiens zeichnet sich seit 2001 durch ausschließlich eigenen Anbau, moderne sowie traditionelle Herstellungsverfahren und einen einzigartigen Produktionszyklus aus.

**Konzept:** Der Urgenuss aus dem Kaukasus.

Trotz modernster Technologie ist der traditionelle Qvevri- (Amphoren-) Keller das Herz des Betriebes. Hier werden nach uralter georgischer Methode Amphorenweine in Premium-Qualität erzeugt und ungefiltert abgefüllt.



Im Zuge des Redesign wurde – um die Nähe zur Saperavi-Traube, der traditionsreichsten Rebe des Kaukasus, zu verdeutlichen – das **Unternehmensrot** verdunkelt sowie der Blauanteil erhöht.



## LOGO, WEBSITE

Stolz kommuniziert die **Wortbildmarke** nach dem Relaunch Herkunft und Tradition. Zum einen durch die Aufnahme der Silhouette des Kaukasus und der Winzerei mit Reben im Bildteil, zum anderen durch die Implikation der typischen Rundungen georgischer Schriftzeichen im Wortteil. Die Tropfen im »C« und »t« suggerieren unterschwellig Trauben und Flüssigkeit.

Eine kleine Variante ohne Winzerei und Reben ist für einen platzsparenden Satz (s. Webseite [www.chelti.de](http://www.chelti.de)) vorgesehen.

Der Zusatz Winzerei, Winery oder Weinhandel beschreibt auch in der kleinen Variante sicher die Branche.

Neben dem Online-Store liegt der Hauptfokus der **Webseite** auf der Aufwertung der Produkte. Diese wird erreicht durch die lückenlose Aufklärung über die Besonderheiten und die gewichtige Rolle der georgischen Weinproduktion in der Geschichte des Weins.

## RENDERINGS



Sämtliche auf der Webseite oder Druckerzeugnissen dargestellten **Produktabbildungen** sind mit Maxon Cinema 4D erzeugte, fotorealistische Renderings.





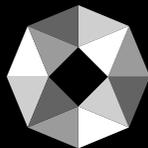
INTERDISZIPLINÄRE  
SÜDSUDANKONFERENZ



INTERDISZIPLINÄRE  
SÜDSUDANKONFERENZ



INTERDISZIPLINÄRE  
SÜDSUDANKONFERENZ



INTERDISZIPLINÄRE  
SÜDSUDANKONFERENZ

## LOGO

Das **Logo** zeigt einen geschlossenen Zusammenhalt kongruenter Dreiecke in schwarz, rot grün (den Staatsfarben des Sudan) und gelb (die dominierende Landschaftsfarbe). Die einzelnen Dreiecksformen zeigen in unterschiedliche Richtungen.

Die Kongruenz steht für die Gleichheit der Menschen. Die harmonisch kontrastierenden Farben symbolisieren die Diversität und zugleich die Nähe der im Sudan vorhandenen Volksgruppen. Die unterschiedliche Ausrichtung derselben zeigt den im Sudan vorherrschenden Meinungspluralismus.

Das Logo suggeriert, dass es gerade diese Unterschiedlichkeiten sind, die in gemeinsamer, konstruktiver Zusammenarbeit dem Land eine starke Zukunftsperspektive geben können.

# KAMPAGNE



Die Plakatkampagne soll in Bandbreite zeigen, welche Synergien gemeinsames Wirken im Sudan bez. Südsudan (sowie auf der Konferenz) freisetzen kann. Die Kampagnenmotive sollen Lösungsansätze zeigen und Hoffnung machen.

# PROGRAMM



Gestaltung von **Programmpostern**, **Foldern** und **Handouts** für die Seminare, Kolloquien, Workshops und Podiumsdiskussionen der Konferenz.



Flensburgs schönste Seite

## Fördepaddeln

Corporate Design · Fotos · Website · Werbemittel

Flensburg aktiv und entspannt vom Wasser aus erkunden, dabei viele neue Details entdecken und in die wechselhafte Geschichte von Stadt und Förde eintauchen.

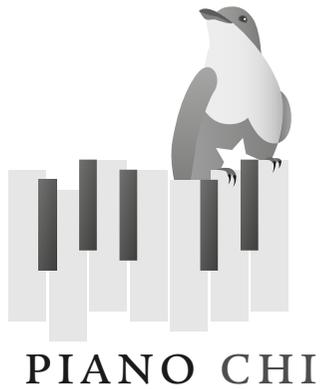
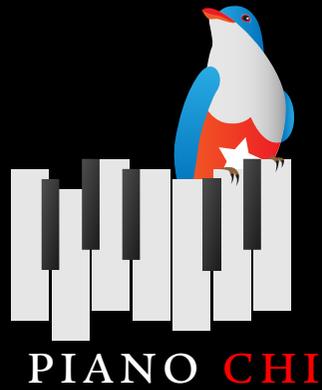
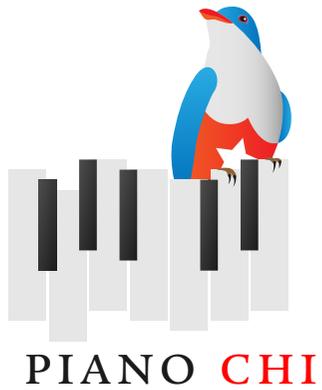
Konzept: Flensburg aus einer neuen Perspektive

Zielgruppe: Touristen und echte Flensburger, die mehr von ihrer Stadt sehen wollen

Beliebteste Tour: »Mittagspause«

Website zur Ansicht: [www.foerdepaddeln.de](http://www.foerdepaddeln.de)





## LOGO

Leonardo Chi

## El Tocatoro

Konzept · Design · Druckvorstufe

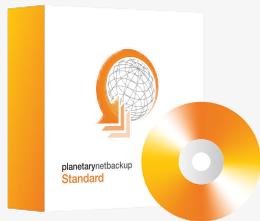
**Logodesign** für den kubanischen Jazz-Spieler und Klavierlehrer Leonardo (Piano-) Chi. Sympathieträger ist der Nationalvogel Kubas, der »Kubatrogón«, auch »Tocóroro« oder kurz »Tocó« genannt.



planetarynetbackup **Standard**



planetarynetbackup **Enterprise**



Planetary Networks

# Planetary netbackup

---

Konzept · Design

---

**Logo- und Packagingdesign** für die Produktreihe Planetary Netbackup des Berliner Hosting-Unternehmens Planetary Networks.

**Konzept:** Ihre Daten – rund um die Welt sicher verfügbar.

CD

Johannes Draeger

## Personal fitness trainer

---

Konzept · Corporate Design · Druckvorstufe

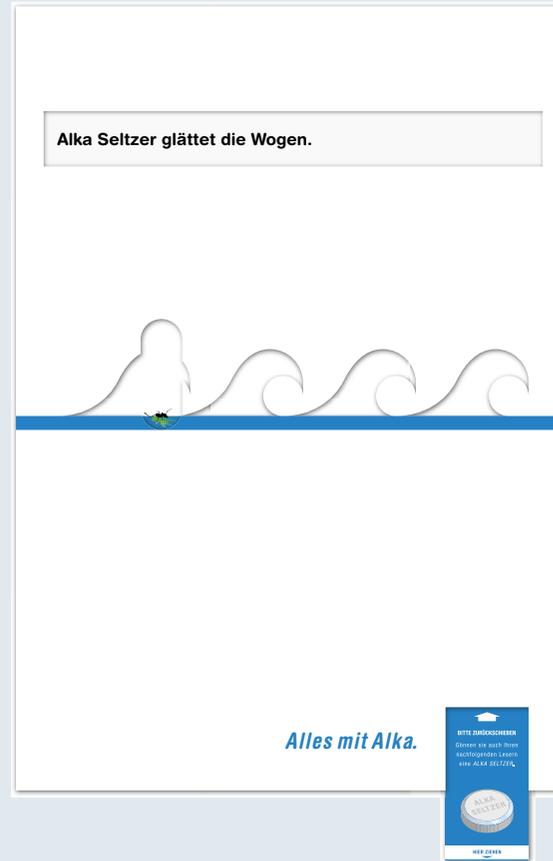
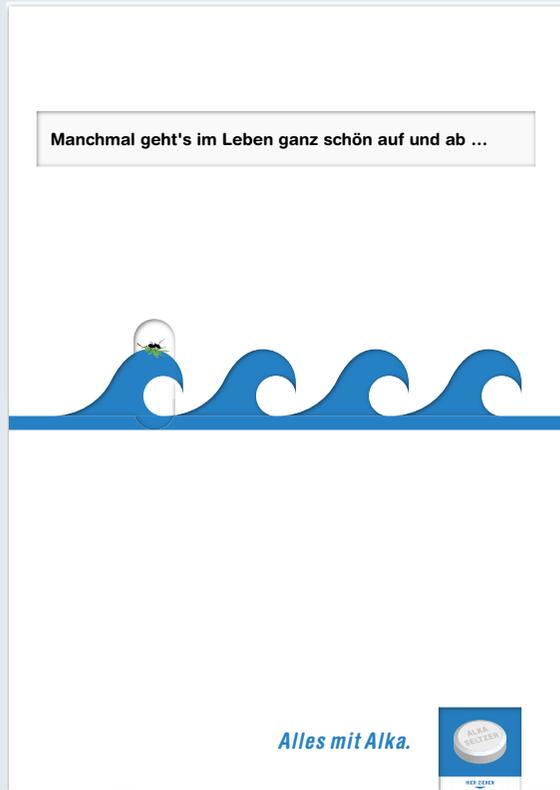
---

**Geschäftsausstattung** für den Berliner Personal Trainer  
Johannes Dräger.

**Konzept:** Gold macht schlank.



## KAMPAGNE



Alka Seltzer

**Alles mit Alka.**

Konzept · Design · Druckvorstufe

**Printkampagne:** Manchmal strapaziert das Leben ganz schön den Magen. Nimm eine Alka Seltzer und Du kommst sicher ans Ziel.

**Konzept:** Erfahrung des Produkt-USP im Schiebebuch-Stil.

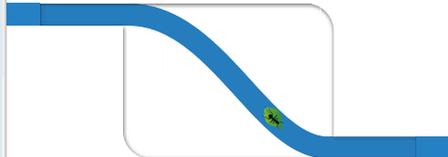
Manchmal geht's im Leben ganz schön hin und her ...



Alles mit Alka.



Alka Seltzer biegt das wieder gerade.



Alles mit Alka.



Manchmal geht's im Leben ganz schön rund ...



Alles mit Alka.

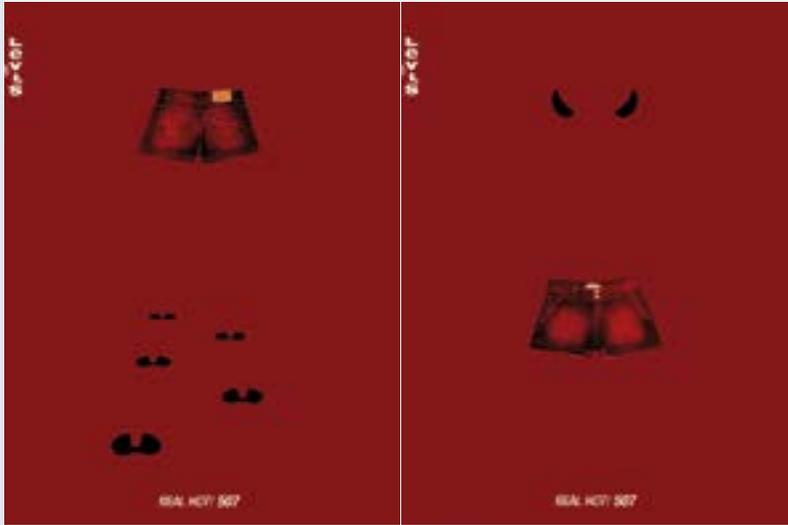


Alka Seltzer besänftigt innere Turbulenzen.



Alles mit Alka.





## KAMPAGNE

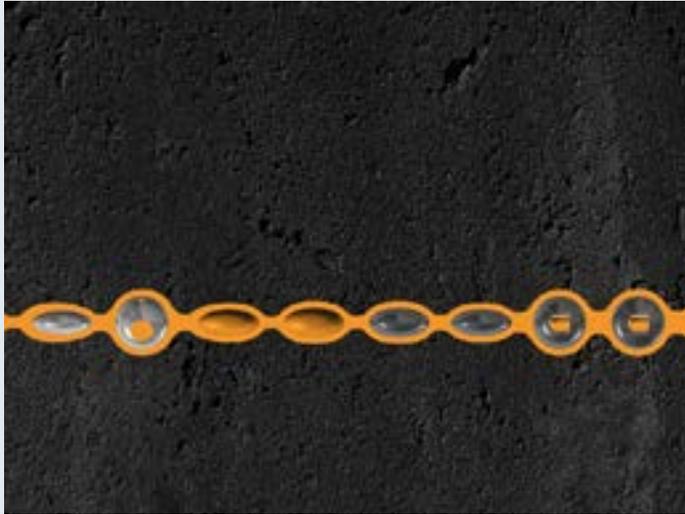
Levi's 507 Hotpants

**Real hot!**

Konzept · Design · Druckvorstufe

**Printkampagne** für die Levi's 507 Hotpants. Ausschliesslich in ‚burned red‘ erhältlich – Real hot!

**Konzept:** Der Teufel ist weiblich.



## KAMPAGNE

G-Star RAW NRG

# Just the product

Konzept · Design · Renderings

Energy on the streets: Doppelseitige **Teaser-Anzeige** für die G-Star RAW Pflegeserie RAW NRG.

**Konzept:** RAW energy on the streets.



Urban Research Laboratory

# Ephemere Stadtentwicklung

---

Design · Druckvorstufe

---

Gestaltung, Layout und Satz des Handbuchs »Ephemere Stadtentwicklung« des Urban Research Laboratory der Technischen Universität Berlin.





Außenwirtschaft

■ Brenner · Fuchs · Langenhagen · Sefrin

# Export für Einsteiger

Ein Wegweiser  
mit 66 Checklisten



Brenner · Fuchs ·  
Langenhagen · Sefrin

Export für Einsteiger

■ Der Aufbau tragfähiger Exportgeschäfte spielt für kleine und mittlere Unternehmen in Zeiten der Globalisierung eine wichtige Rolle. Oft fehlt es an Erfahrungen und geeignetem Personal, um die Exportgeschäfte konsequent und erfolgreich abzuwickeln.

An diesem Punkt setzt das Werk an: Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis wird dem Leser gezeigt, wie er Auslandsgeschäfte Punkt für Punkt vorbereiten und abwickeln kann.

Mit praxis- und problemorientierten Export-Checklisten erhalten Export-Einsteiger einen roten Faden für Ihre ersten Schritte in neuen Märkten. Die Checklisten folgen dabei jeweils dem Muster: Definition – Problemstellung – Beispiel – Checkliste – Andere Lösungsmöglichkeiten und Hilfen.

#### AUS DEM INHALT

- Was ist vor der Exportentscheidung zu prüfen?
- Welche exportvorbereitenden Maßnahmen sind einzuleiten?
- Wie ist der Export-Vertrieb zu organisieren?
- Welche vertraglichen Besonderheiten sind zu berücksichtigen?
- Welche Einzelmaßnahmen der Exportabwicklung sind zu beachten?

#### IHRE VORTEILE

- Noch flexibler einsetzbar: Die Checklisten sind für den Leser im Internet als ausfüllbare Word-Versionen hinterlegt!
- Praktische Arbeitshilfe mit rotem Faden, um den Einstieg in den Export effektiv zu meistern.
- Rechtzeitiges Erkennen von Fehlerquellen und Vermeidung von Fallstricken, die Sie Zeit und Geld kosten können!
- Kurze und prägnante Antworten auf grundsätzliche Fragestellungen und Aufzeigen von neuen Lösungswegen.

ISBN 978-3-8462-0166-4



www.bundesanzeiger-verlag.de

 **Bundesanzeiger  
Verlag**

EDITORIAL

Bundesanzeiger Verlag

# Export für Einsteiger

Design · Druckvorstufe

Gestaltung des **Covers** für das Sachbuch »Export für Einsteiger – ein Wegweiser mit 66 Checklisten« für den Bundesanzeiger Verlag.

COVER

Róisín Murphy  
**Tell everybody**

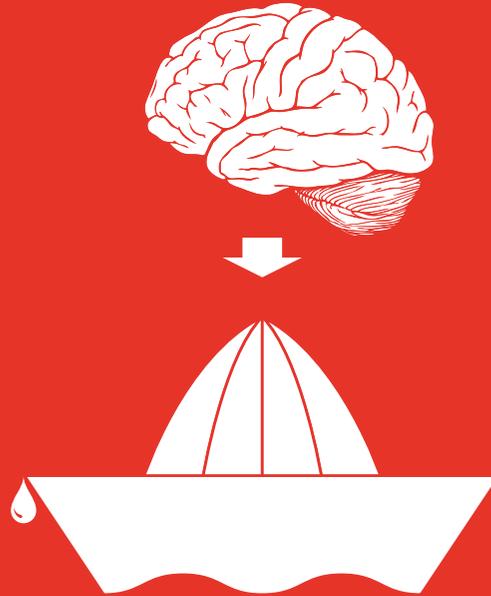
Konzept · Design · Druckvorstufe

Coverdesign für die Single »Tell Everybody« der Popsängerin Róisín Murphy.

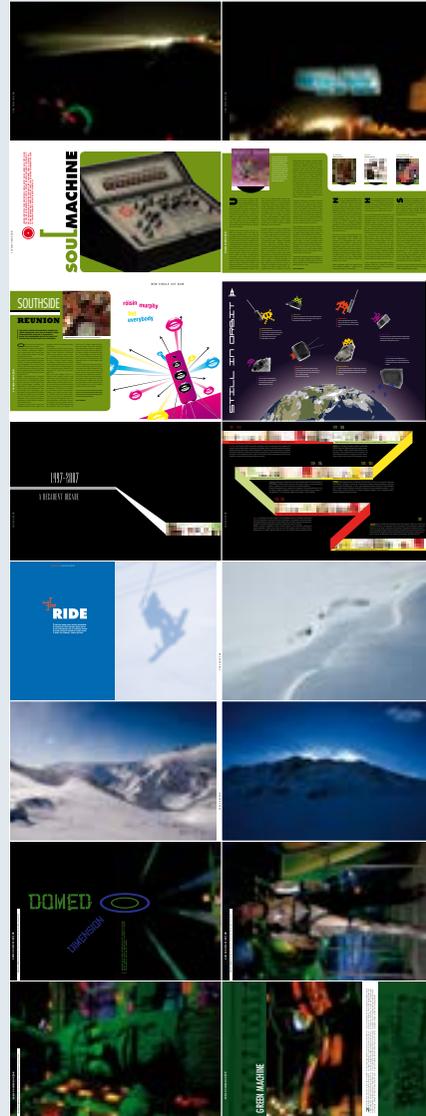
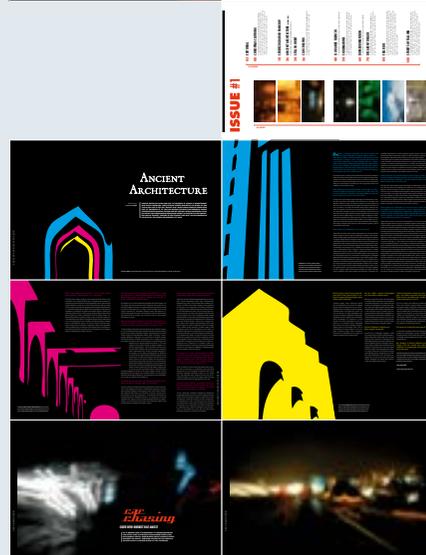




TEIL II.



**Für den Ruhm.**



EDITORIAL

Querkopf  
**Trendscout**  
**Magazine**

Konzept · Design · Druckvorstufe

Editorial Design, Satz und Fotografie. Das fiktive Magazin  
 »Trendscout« präsentiert allerhand Verrücktes und stammt  
 zu hundert Prozent aus meiner Hand. [Download hier](#)



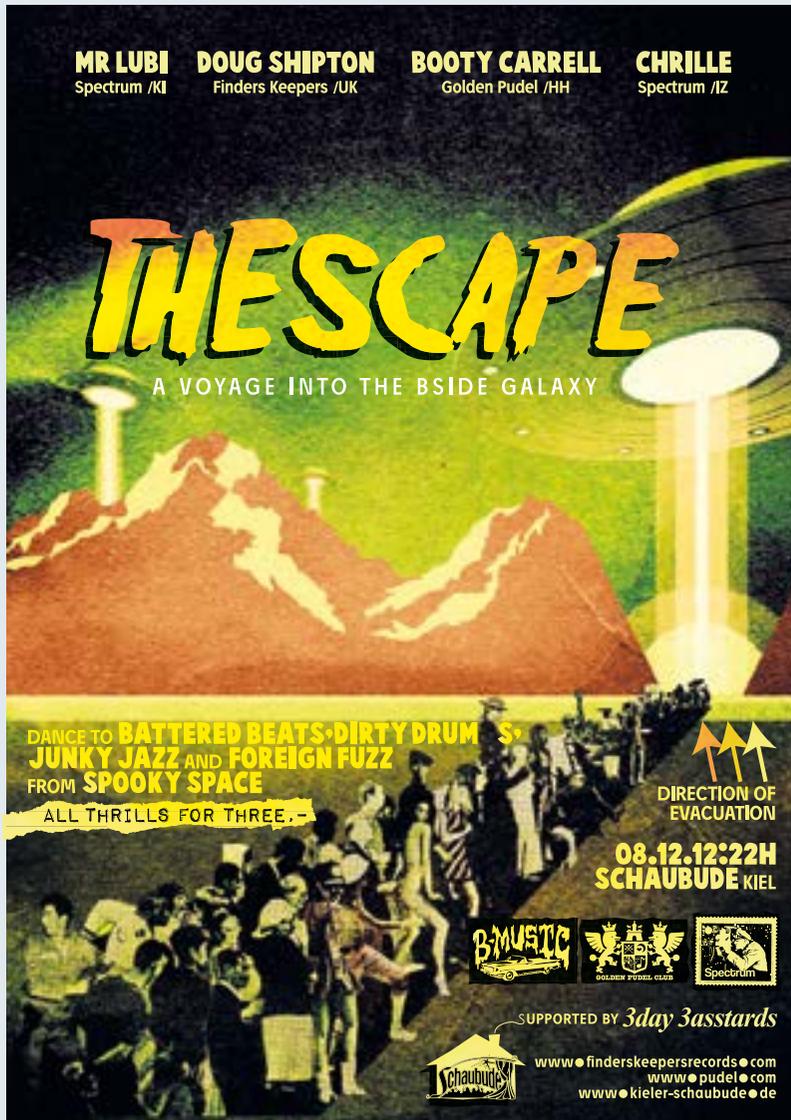
## ILLUSTRATION

### Flohmarkt am Pankeufer **Der ums Eck**

Konzept · Design · Website

Gutes von Gestern oder lieber Klassik mit Klasse? Schnabulieren nicht vergessen! Immer sonntags am idyllischen Pankeufer. Hier im wunderbaren Wedding. Nur mit euch. Einfach herrlich!

Website: [flohmarkt.pankeufer.de](http://flohmarkt.pankeufer.de)



## ILLUSTRATION

Evacuate Now!

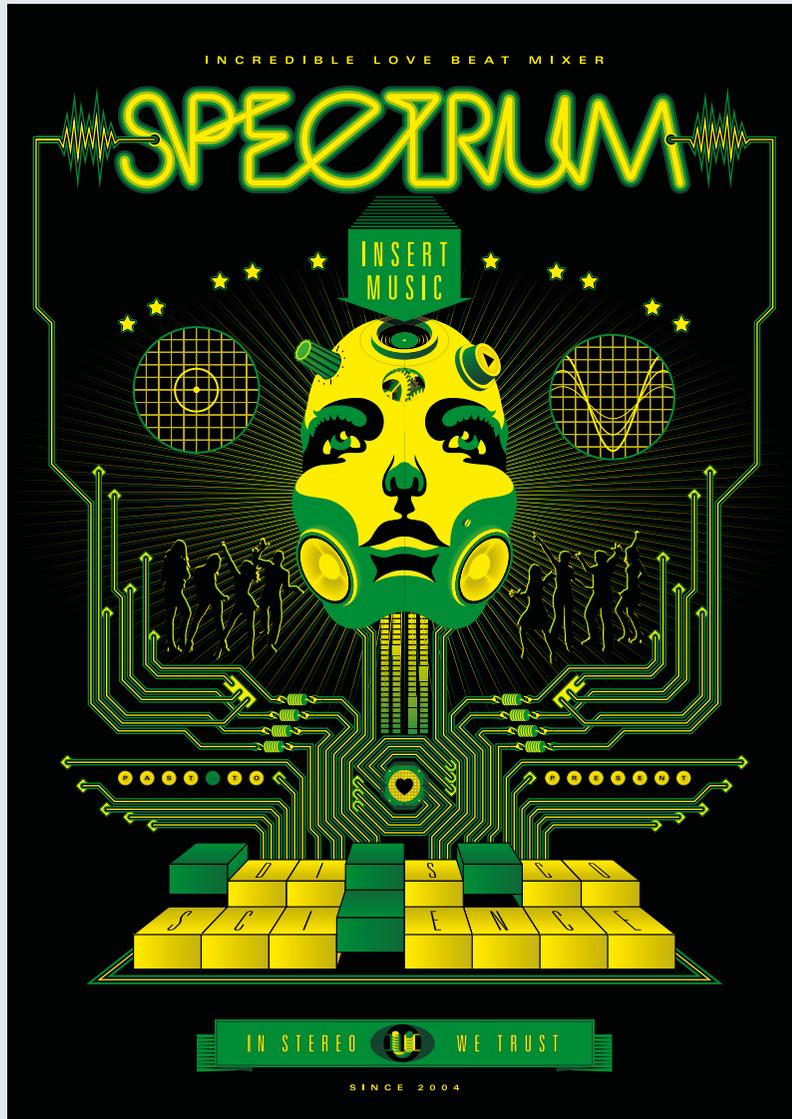
# ThEscape

---

Konzept • Design • Druckvorstufe

---

Bereit zur Evakuierung? Dann auf zum extraterrestrischen  
B-Musik-Eskapismus ...



## ILLUSTRATION

Insert Music

# The incredible love beat mixer

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Von Herzen: **Plakat** für Spectrum Disco Science ... natürlich  
in stereo!

Spacetrum *meets*

# *The global* **UNDER- GROUND** *ancestors*

FROM PRESENT PEARS  
TO VINTAGE VIBES  
IN SEARCH OF  
ANTHROPOLOGIC  
ARTEFACTS

FREITAG  
20. 03. 2015  
AB 24:00 UHR  
KIELER SCHAU-  
BUDE



## ILLUSTRATION

The Dark Side of Music

# **The Global Under- ground Ancestors**

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Spectrum im Untergrund der musikalischen Evolution:  
Unbekannte Wegbereiter treffen auf noch unbekanntere Wei-  
chensteller. Ganz im Sinne der Aufklärung. **Plakat** und **Flyer**  
für die Veranstaltung »The Global Underground Ancestors«.

april 29<sup>th</sup> 2016  
panke · berlin



*psyche funk · pop-fails · mod-moog · turk-jerk · raer-groove  
krautsploitation · dervish disco · saucy-soul · afreakan &  
english music · unpronouncables*



[www.undsowasalles.com](http://www.undsowasalles.com)



[www.pankeculture.com](http://www.pankeculture.com)  
gerichtsstr. 23/hof 5 · 13347

## ILLUSTRATION

A Feast of Senses

# Eclectic Culture #1

Konzept · Design · Druckvorstufe

Im Spannungsfeld musikalischer Eruptionen und kühlen Berliner Nächten: **Plakat** und **Flyer** für den packenden Auftakt der legendären Partyreihe »Eclectic Culture«.

Fri · 02.09.2016 · Panke

*afro roots · samba rock · island funk  
dub disco · cosmic soul · synth-kraut  
electronic jazz · balearic beat  
tropidelica · b-music*



ECLECTICULTURE

2



[pankeculture.com](http://pankeculture.com)



[undsowasalles.com](http://undsowasalles.com)

## ILLUSTRATION

Kollektive Stimulanz

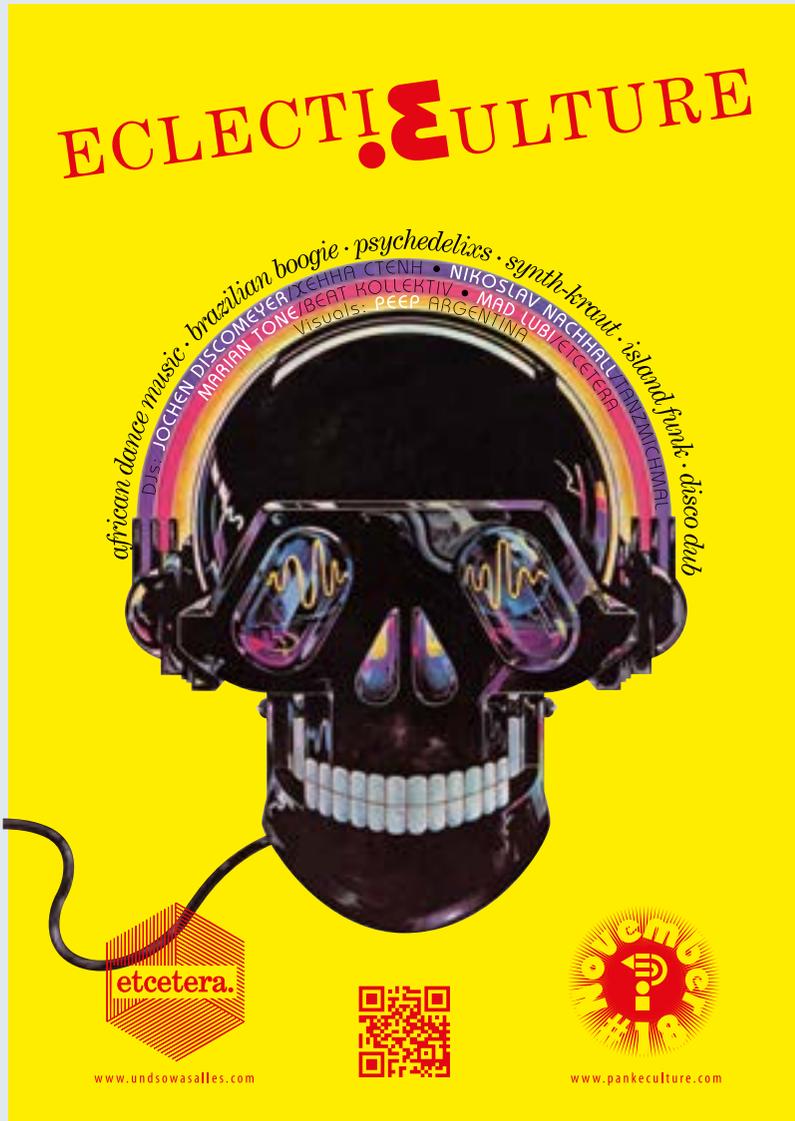
# Eclectic Culture #2

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Eine multiethnische und musikalische Reise: In die Köpfe – fertig – los! **Plakat** und **Flyer** für die Veranstaltung »Eclectic Culture II«

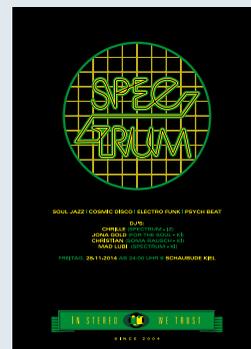
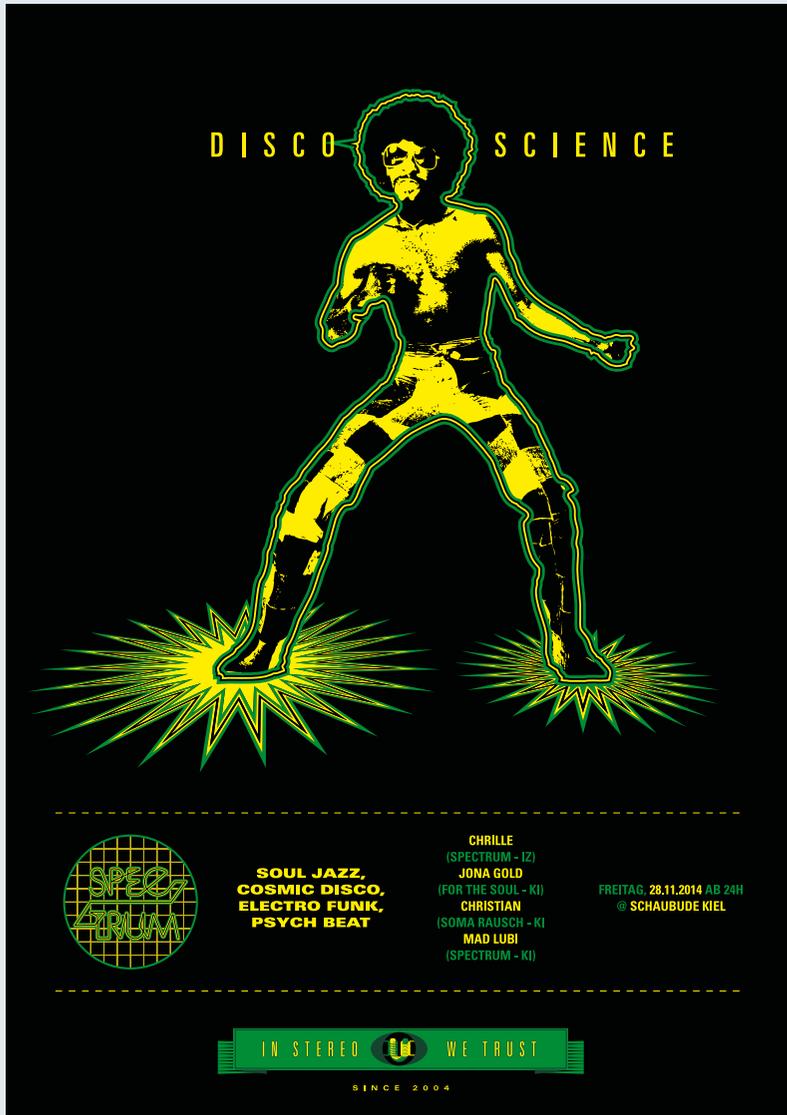


# ILLUSTRATION

## Kraut und Knochen **Eclectic Culture #3**

Konzept · Design · Druckvorstufe

Abhotten bis zur Selbstaufgabe und Selbstverzehrung ohne Kompromisse. **Plakat** und **Flyer** für die Veranstaltung »Eclectic Culture III«.



## ILLUSTRATION

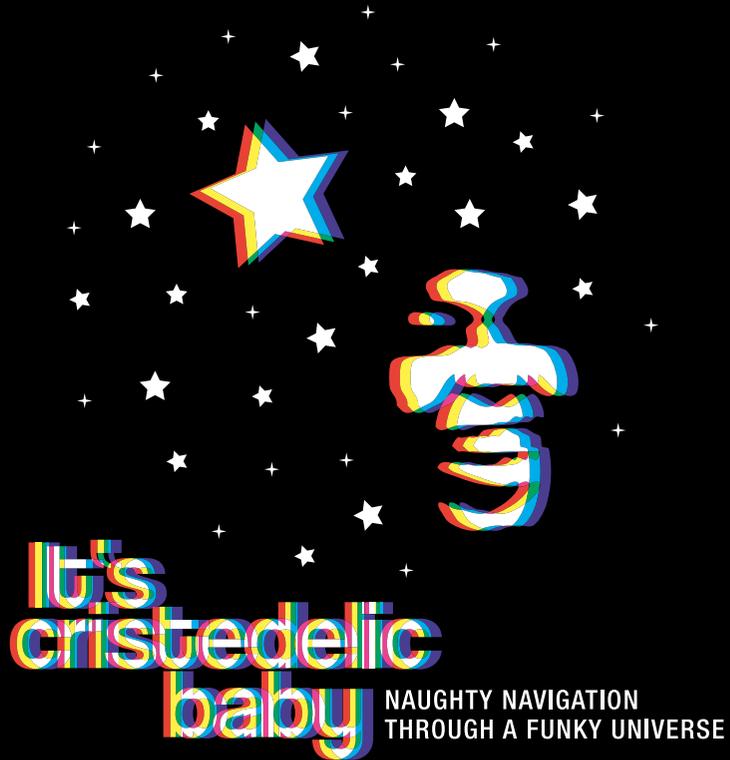
Steigende Spannung

## Disco science

Konzept · Design · Druckvorstufe

Plakat und Flyer frei nach George Clinton's »Free your mind and your ass will follow!« Dance baby dance!

Lt. Nyota Penda Uhura meets Spectrum



## ILLUSTRATION

The Final Frontier

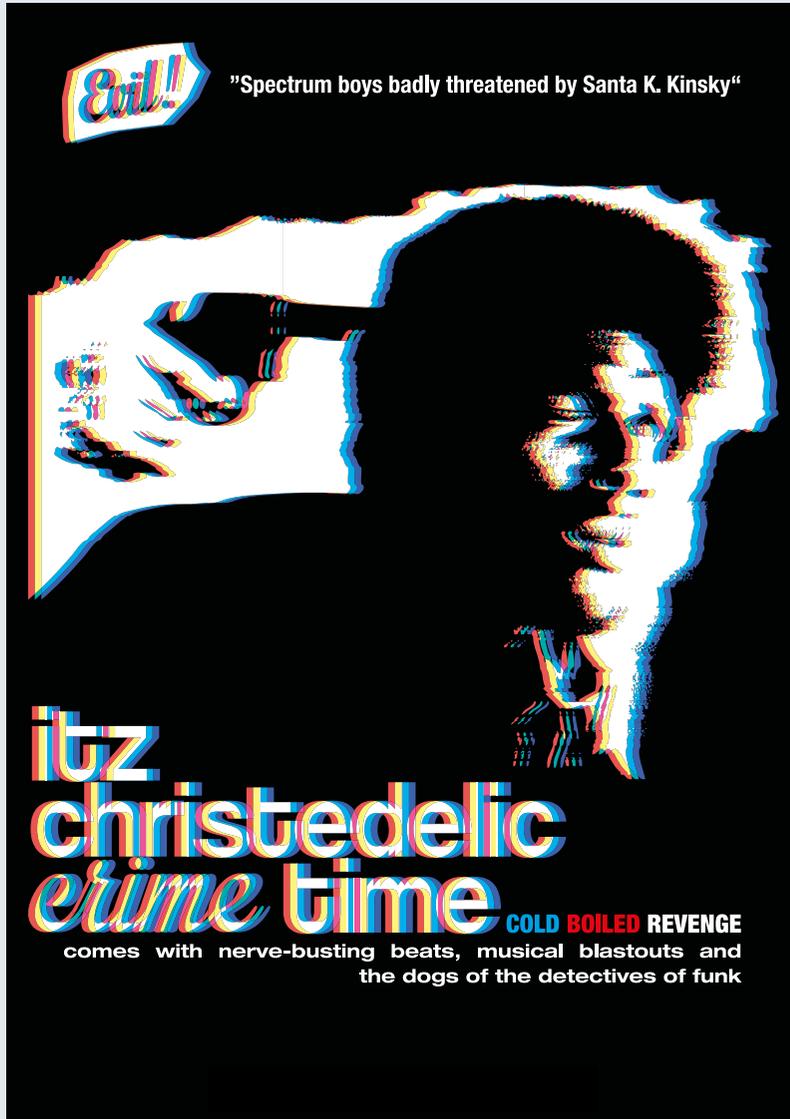
# It's cristedellic baby

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Plakat und Flyer für Platten, die nie zuvor ein Mensch in Clubs gespielt hat: Mit Lt. Uhura auf musikalischer Entdeckungsreise.



## ILLUSTRATION

Cold Boiled Revenge

# Itz' Christedelic Crimetime

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Friedliche Bescherung war voriges Jahr – dieses Mal kommt  
der teuflische Santa K. Kinsky ... **Plakat** und **Flyer**



## ILLUSTRATION

Frühstück

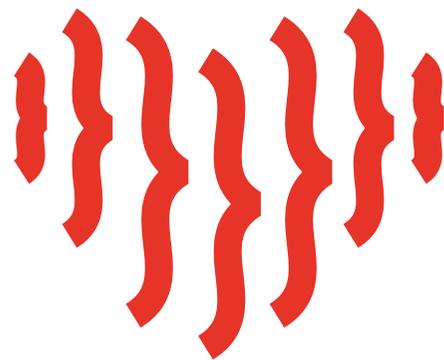
# Never call me Corby again ...

---

Konzept · Design · Druckvorstufe

---

Freie Illustration für einen leeren Bilderrahmen.



**the job!**