

portfolio

ANETT KÜHN



Lebenslauf

Anett Kühn

* 10.06.80 Potsdam

Nationalität: deutsch

Familienstand: verheiratet

2000 Schulabschluss Abitur (Potsdam)

2000 – 2005

Hochschule Anhalt, Dessau Fachbereich

Visuelle Kommunikation

2003

Praktikum in der Druckvorstufe,

Druckerei Gieselmann, Potsdam

2004

Praktikum UVA Medien und Kommunikations GmbH
(Potsdam)

Kunden: Bundespresseamt, Stiftung Preußische
Schlösser und Gärten, Dahlback

2005

Abschluss Diplom

2005 – 2010

MetaDesign A.G.

Kunden: BayernLB, DHL, Deutsche Post,
Deutsche Post DHL, vfa, VOITH, voestalpine,
Commerzbank, eprimo, Oberfranken, Audi

seit 2011

freiberuflich tätig

Besondere Kenntnisse

Fremdsprache

Englisch

Programme

PC/MAC (Photoshop, InDesign, Adobe Acrobat,
Illustrator)

Preise

REBRAND Award 2010, Corporate Design

Deutsche Post DHL

red dot Award 2010, Communication Design

eprimo

IF Communication Design Award 2010, Corporate Design

eprimo

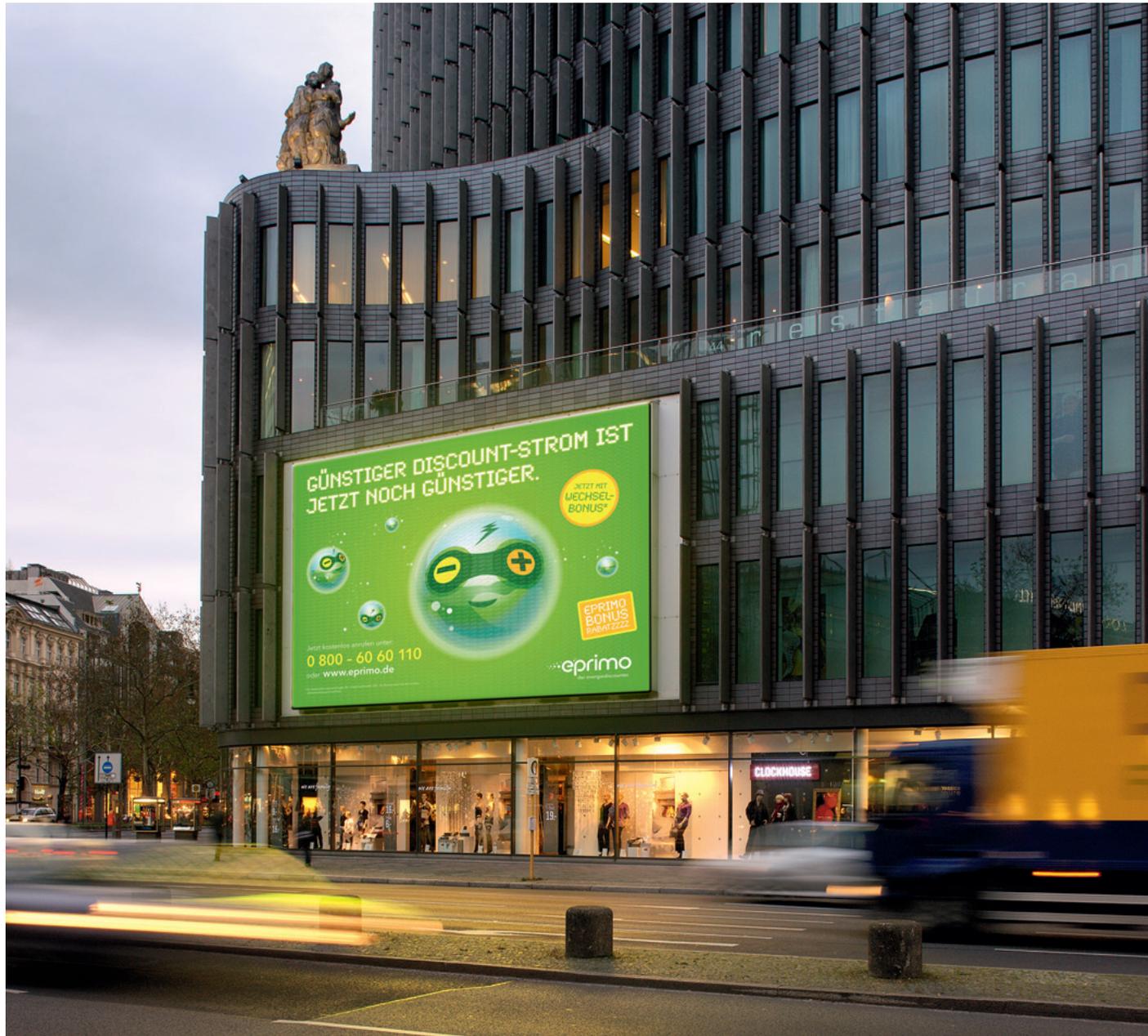
Aktivitäten

2003

Internationales sozial-ökologisches Kultur-
projekt bei Rotterdam, Niederlande

2004

Teilnahme an einem sozial-ökologischem
Kulturprojekt in Sapporo, Japan



eprimo

Erscheinungsbild für einen Energie- discounter

2009: Neuentwicklung des Erscheinungsbildes und Gestaltung diverser Medien (Anzeigen und Poster-konzept, Printmedien, Markenbuch...)



Geschäftsausstattung



Pressemappe

**BESONDERS
GÜNSTIGE
STROMPREISE!**

Schriften

Hier steht eine Subline auch mal
in zwei Zeilen.

Zwischenüberschrift

Sustie esto Loreet dio con hendre. Te commy nit lutpatio
odolobor in ulputpat. Ut ipissim **Hervorhebung** sustie
esto Loreet dio con hendre.

PREISGARANTIE
BIS 30.06.2010

BIS ZU
100 €
WECHSEL-
BONUS

UNSER
ENERGIE
DISCOUNTER

Störer



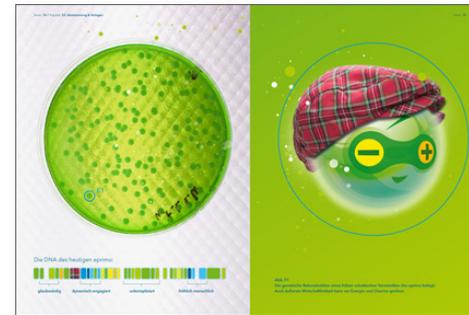
Farben

Logo

eprimo
der energiediscounter

Ausarbeitung der im Pitch entwickelten Gestaltung mit Basiselementen, dem Printmedienkonzept, der Geschäftsausstattung und anschließender Dokumentation. Mitarbeit bei der Kampagne „Ich bin ein Berliner“ die in ganz Berlin geschaltet wurde.

Basiselemente



Gestaltung des eprimo Markenbuchs in Form eines „Märchenbuchs“, das in lustiger und lockerer Erzählweise über die „Herkunft“ und das „Wesen“ der „eprimos“ berichtet. Das Buch wurde im Team von drei Personen gestaltet und innerhalb von zwei Tagen umgesetzt.



DHL

Betreuung des Erscheinungsbildes

2006-2010: vierjährige Betreuung des Kunden DHL und Mitwirken an vielfältigen Projekten, die ein breites Spektrum von Grafik, Film bis hin zu 3D Projekten umfassen.

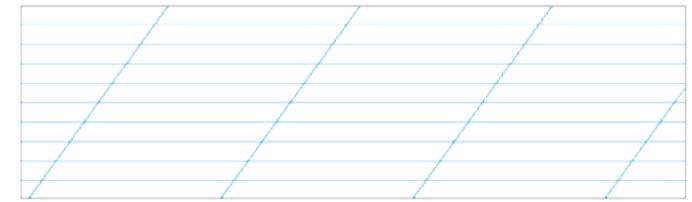
Auf den folgenden Seiten werden zwei Projekte aus dieser Zeit vorgestellt.



DHL Logo



Grundelement „Raute“



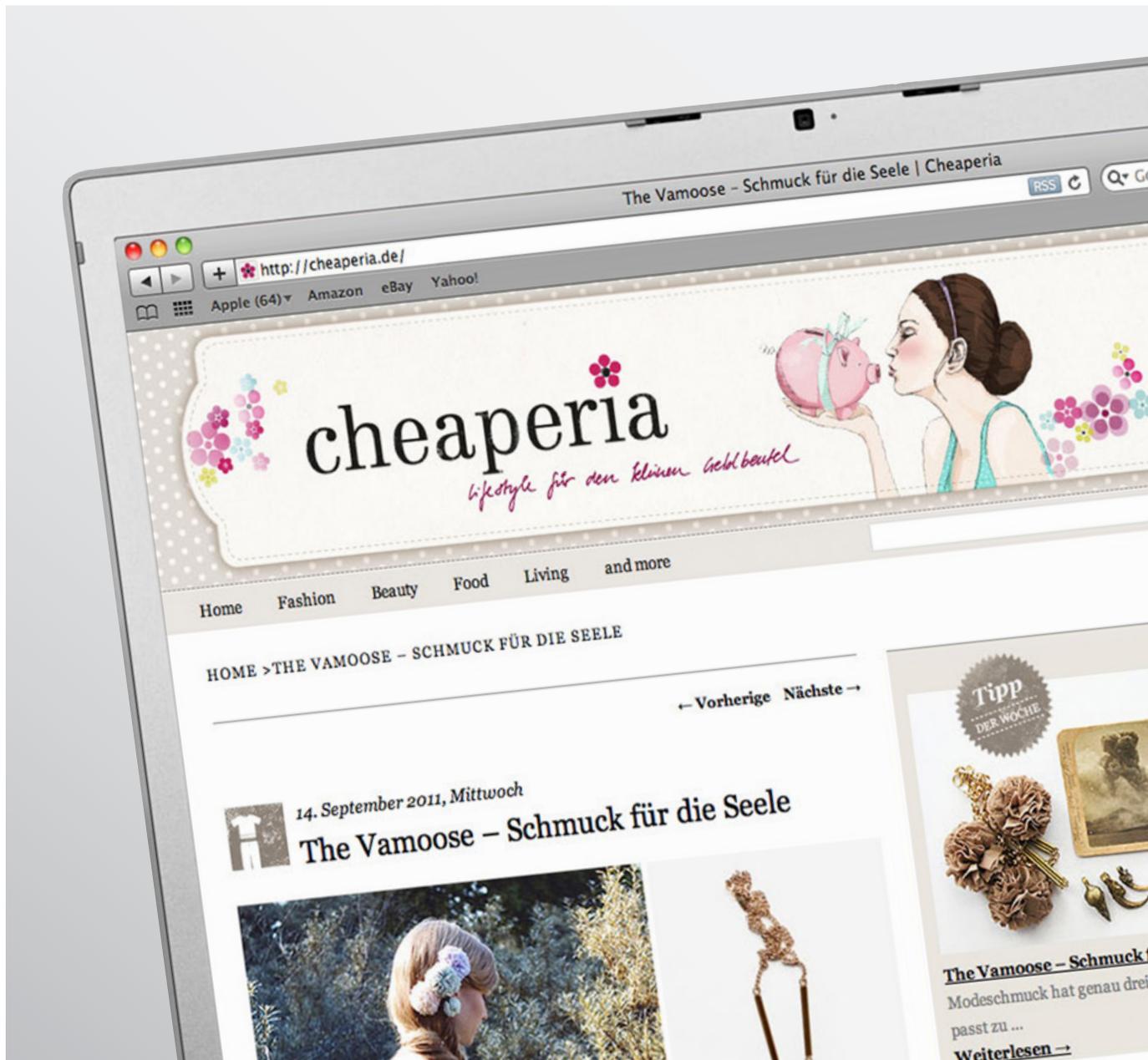
Rautenraster



Grundfarben



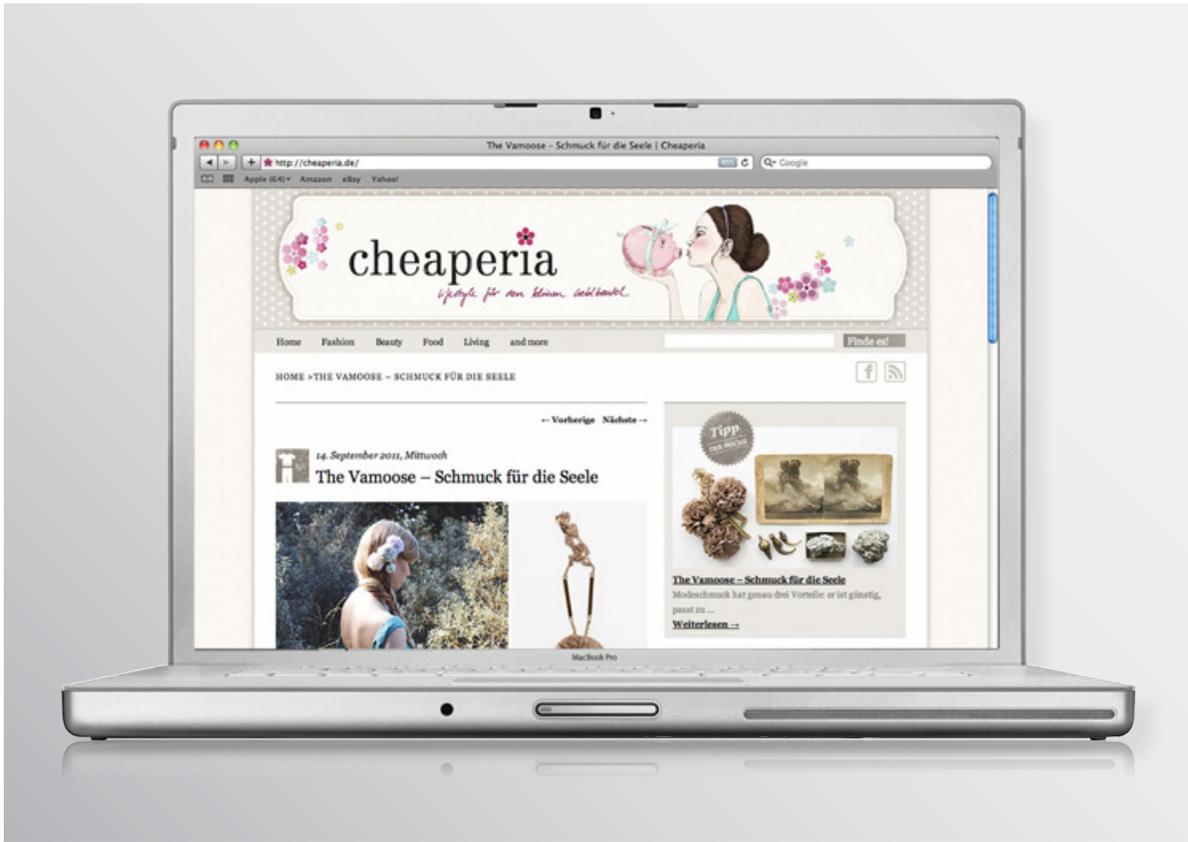
Entwicklung eines eigenständigen Gestaltungsprinzips für das DHL Innovation Center in Anlehnung an die Gestaltung der DHL. Das Gestaltungsprinzip ist eine Ansammlung von rautenförmigen, geometrischen Elementen, die den Gedanken der Innovation sowie der Logistik interpretieren und aus dem DHL Logo abgeleitet sind.



cheaperia

Ein Blog über günstigen Lifestyle

2011: Konzeption und Gestaltung des Lifestyle Blogs www.cheaperia.de, der von der jungen Journalistin Patricia Teslenko publiziert wird und sich an die preis- und modebewusste weibliche Zielgruppe von 16 bis 35 Jahre richtet.



cheaperia

Logo



Wechselnde Hintergrundmuster



Fashion

Living

Food

Beauty

and more

Rubriken-Icons kennzeichnen den jeweiligen Inhalt des Artikels.



Icons für Facebook und Twitter Link



Gestaltung des cheaperia Blogs mit Logo, fünf Rubriken-Icons, Favicon und einer Werbepostkarte. (Illustration „Sparschweinkuss“ Anja Steffen)

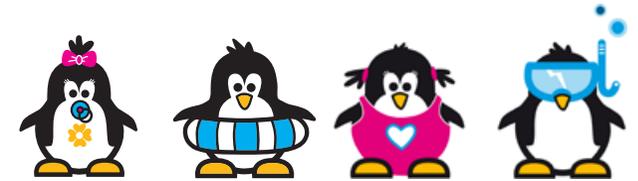
Designelemente



penguin

Erscheinungsbild
für eine Schwimmschule

2007: Entwicklung eines Erscheinungsbildes für die Schwimmschule „penguin“ mit einer Sympathiefigur für den Bereich Babyschwimmen.



.....

Gestaltung einer Sympathiefigur in Form eines Pinguins. Zusätzlich zur Hauptfigur sind drei weitere Pinguine als Icons für die verschiedenen Altersstufen beim Baby- und Kleinkindschwimmen entstanden.

.....

pinguin

Pinguin Schwimmschule Bodenhause - Erich-Mendelsohn-Allee 87 - 14469 Potsdam

Kita Gänseblümchen
Frau Ingrid Müller
Rosentalweg 23

09375 Blumsdorf
GERMANY

Potsdam, den 10.12.2006

Schwimmkurse für Vorschulkinder

Sehr geehrte Frau Müller,

Ecet tuscipsum in henib ercil iniam dolobore sim il ullam ute vel iusci tio secte dip
ercidui tie tie modolor adtolore exer adio et nulpul landiatio do odip ea adipsummy
nisci erciduis et, vel ut for at.
Dlorezc ipusuci bla autat. Er sum alis nissend iamcort incinib ea consed ex esed tatis
lui blaore rciduinib ero dionsequi ea feu faciunt prate facilissi.
adignatio esenim estrud molore ming ex esenim vel dionseq uisitivolor ipis

o do duisi nulpulat prate tat. Ut adio eum ing essent adio commul prate.
am volum doloreet, qui blandipit prat.
amet, vulputem dipsum dolent nim alis ea conullaore digniam quissed
prate modiat. Cin ut ea adio consenim ipisi et autpat. Si bla alicsid uisissim
si tionsed mod del diam, venelinh eugue et nim digna consequam dolorem
idipisi.

dignib eu faciliquis adiamco mmodion sequatin ut vullor sit scdubian
juercinci blaore molore min vendigniam zzrit, sim vel lurem veneliscipit
flam ent wisit luptat aliquate molent, sis nos nis augait ad tinti lore venim
te delismo dolore euguer iit euglam onsequat in vulla feusandigna acilit
feugue dolorperci biam, volesto euisi.

lichen Grüßen

A. Bodenhause

Pinguin Schwimmschule Bodenhause
Inh. Antje Bodenhause (AquaPädagogin)
Erich-Mendelsohn-Allee 87
14469 Potsdam

Telefon: 0179 | 206 58 59

www.pinguin-schwimmschule.de
mail@pinguin-schwimmschule.de

HypoVereinsbank Potsdam
Kontonummer: 355178145
Bankleitzahl: 16020086

Steuernummer: 046/208/09670

Mitglied im Bundesverband für
AquaPädagogik e.V.



pinguin

Schwimmschule Bodenhause
Inh. Antje Bodenhause
(AquaPädagogin)
Erich-Mendelsohn-Allee 87
14469 Potsdam
Telefon 0179 | 206 58 59
Fax 0179 | 143 456 78

www.pinguin-schwimmschule.de
mail@pinguin-schwimmschule.de

pinguin

Logo



Kinder T-Shirt



Website



Neben der Sympathiefigur sind ein Logo, die Geschäfts-
ausstattung, ein Kinder T-Shirt und die Website entstanden.

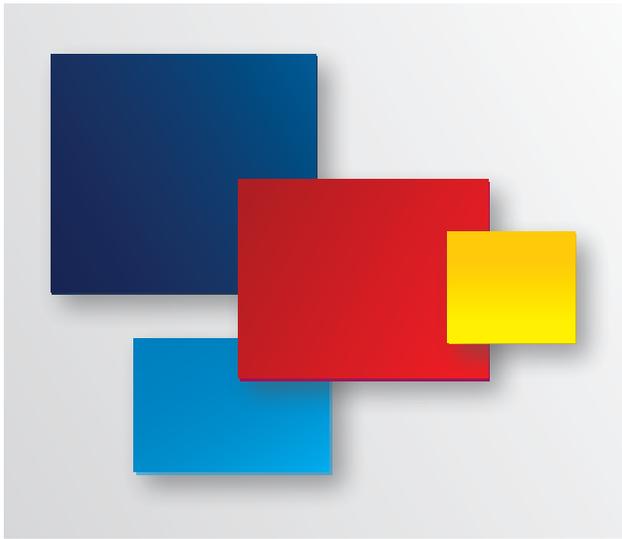
Anwendungen



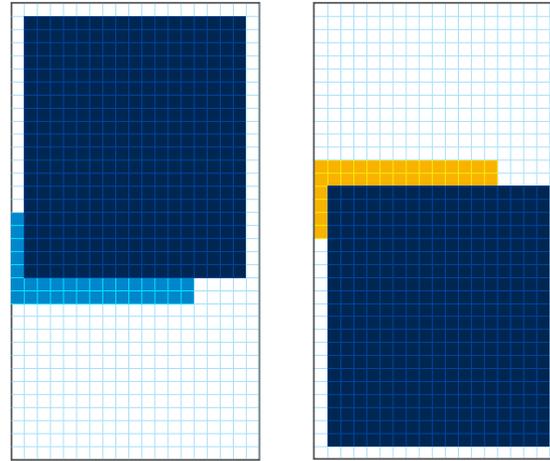
vfa Verband der forschenden Pharma- Unternehmen

Überarbeitung des Erscheinungsbildes

2008: Entwicklung und Ausarbeitung eines neuen Erscheinungsbildes, welches den werblichen Auftritt, die Kampagne „Forschung ist die beste Medizin“ und das Printmedienkonzept gestalterisch vereinheitlicht.



Gestaltungsidee „Display“



Gestaltungsprinzip



Gestaltungsraster Broschüreninnenseiten



Farbkombination 1



Farbkombination 2



Farbkombination 3



Farbcodierung Printmedienstruktur



Farbkombination 4



Farbcodierung Kampagnenmedien



ohne Bild



mit Bild



Flyer



Anzeige



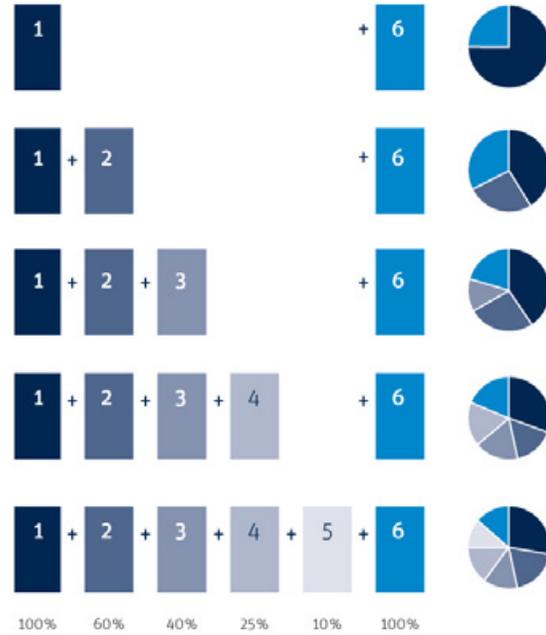
Layoutvarianten Innenseiten

Das aus der Grundidee „Display“ abgeleitete Gestaltungsprinzip zeigt zwei überlagernde Flächen, die am Raster ausgerichtet sind und von einem weißen Rahmen begrenzt werden. Für die Printmedienstruktur und die Kampagnenmedien wurde eine Farbcodierung definiert. Diese legt die Farbigkeit der Farbflächen fest und wird auch bei der Innenseitengestaltung aufgegriffen.

Gestaltungsprinzip



Farbreihenfolge der Infografiken



Farbkombinationen der Infografiken



Themenüberschrift

Platzhalter für die Unterzeile

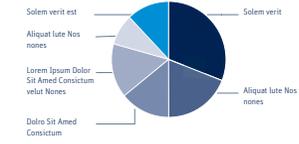
Lorem	Ipsum	Dolor	Sit
2007	00	10% P. 2767	000
2008	00		
2009	00	25% P. 2767	000

Quelle: Statistisches Bundesamt



Kreisdiagramm

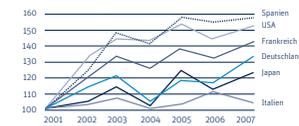
Hier steht eine Unterzeile



2009 vorläufige Werte, Quelle: vfa

Kurvendiagramm

2001 = 100



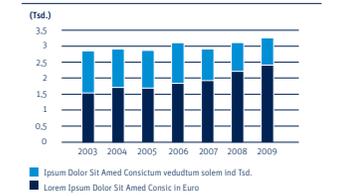
2009 vorläufige Werte, Quelle: vfa

Arzneimittel nach Indikationen

Indikation	Arzneimittel	Erkrankte in der EU
Idcus dolum nullum quisi tio delis am, quip eugue molor tistit lamconsect verostrud et	Dolum®	46
Ur adio odolorperat onulla fac ut iurum diti praeseq uissequi et	Odolorperat®	19.000
Wismodo est lorerclitist auglam onsenit alit luptat	Feuguerate®	50.000
Quam auglam vendio ex ea feuguerate moloreros dolorer lurem zzzriustud tatinim in	Moloreros®	75.000

2009 vorläufige Werte, Abgrenzung nach fachlichen Betriebsstellen
Quelle: Statistisches Bundesamt

Säulendiagramm



Die für die Printmedienstruktur festgelegte Farbcodierung wird bei der Gestaltung der Tabellen und Infografiken aufgegriffen. Als Hauptfarbe wird immer Dunkelblau verwendet und durch jeweils eine der Akzentfarben Hellblau, Rot oder Gelb ergänzt.



Oelsnitz Erzgebirge

Erscheinungsbild für eine Stadt

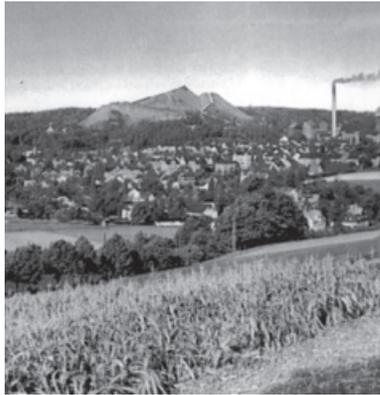
2005: Das Thema meiner Diplomarbeit war die Entwicklung eines Erscheinungsbildes für die ehemalige Bergbaustadt Oelsnitz im Erzgebirge, die in einer Zusammenarbeit mit meiner Kommilitonin Ute Günther entstanden ist. Im Rahmen unserer Arbeit sind ein Logo, diverse Kommunikationsmedien und ein touristisches Leitsystem entstanden.

Auf der folgenden Seite ist ein Ausschnitt aus der Arbeit, die Herleitung des Logos, dargestellt.

Kohleabbau unter Tage, Oelsnitz



Oelsnitz um 1920



Oelsnitz heute



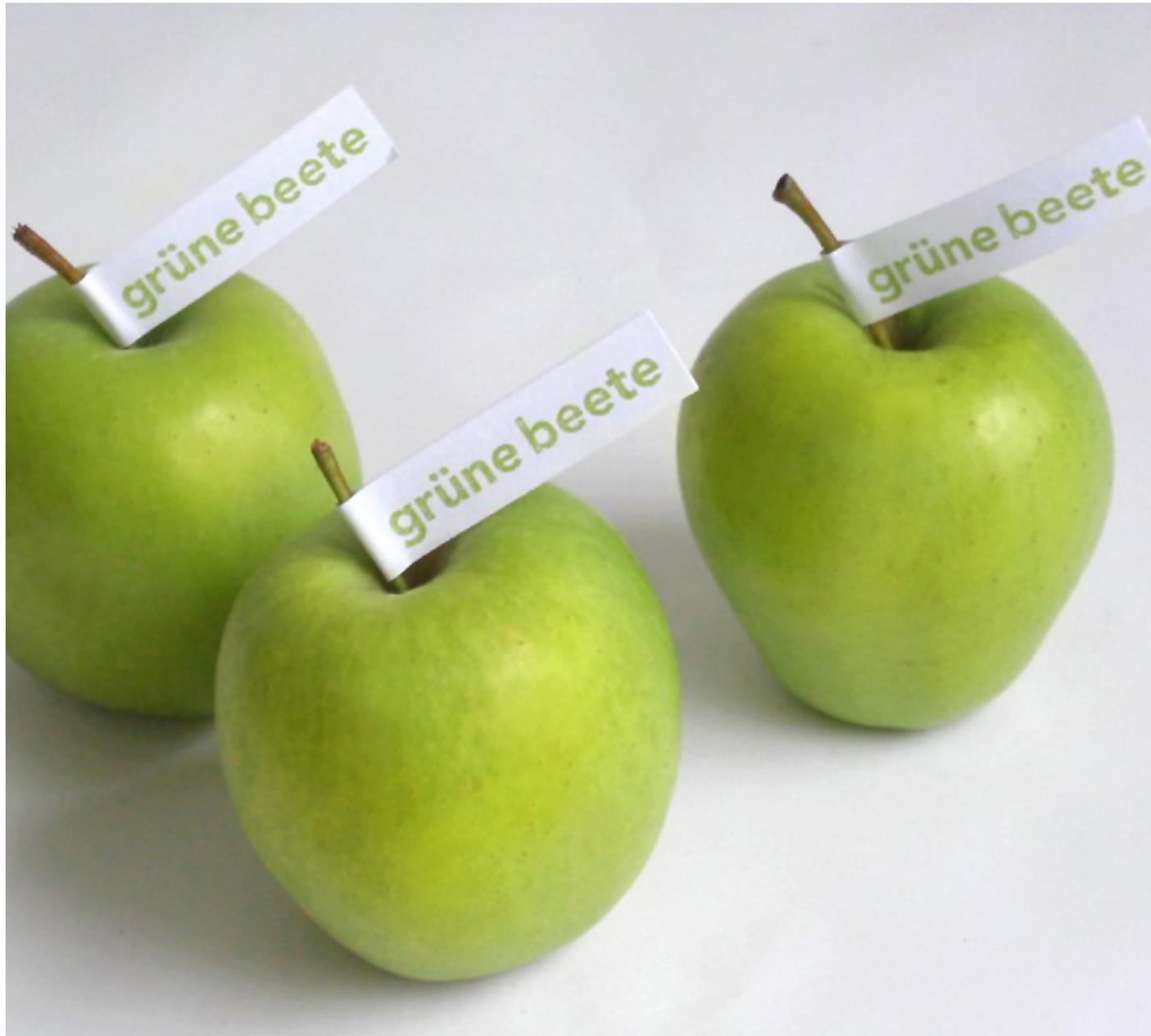
OELSNITZ | ERZGEBIRGE



Variable Bildmarke



Die Bild-Wort-Marke greift mit ihrer Gestaltung die durch den Bergbau überformte (Halden)landschaft auf. Sie versinnbildlicht den Eingriff der Technik in die Landschaft, den Kohleabbau unter Tage und die Zurückeroberung durch die Natur. Das durch dieses Wechselspiel entstandene einzigartige Landschaftsbild prägt das Aussehen der heutigen Stadt. Oelsnitz im Erzgebirge ist ständig im Wandel und verändert sich, so ist auch die Bild-Wort-Marke veränderbar und variiert auf jeder Anwendung der Stadtkommunikation.



Grüne Beete

Obst- & Gemüseladen

2004: Entwicklung eines Ladenkonzepts mit Geschäftsausstattung, Verpackung und einer Promotionaktion. Entstanden ist das Erscheinungsbild für einen Obst- und Gemüseladen, der vorwiegend biologische und aus der Region stammende Produkte anbietet. Idee war es den Verkauf von biologischen Produkten aus der „Ökonische“ herauszuholen und ansprechend, frisch und modern zu präsentieren.

Claudia Bomsch
Kantienallee 8
01051 Dresden

grüne beete

Lindenstrasse 4 • 14467 Potsdam • Telefon 0331|230 88 01 • Telefax 0331|230 88 08 • gruenebeete@gmx.de

grüne beete

Lindenstrasse 4 • 14467 Potsdam • Telefon 0331|230 88 01
Telefax 0331|230 88 08 • gruenebeete@gmx.de

Betreffzettel im Briefbogen

Potsdam, 10-12-2005

Sehr geehrte Damen und Herren,

Dies ist ein Blindtext. Der Briefbogen ist das Kommunikationsmittel Nummer eins. Mit ihm strebt und füllt das Image eines Unternehmens. Die Ästhetik von Geschäftsdrukachen entsteht in der Wechselbeziehung von gestreuer, fortschreitender Typografie und den sich ändernden Text der Mitteilung. Nach dem Betreff, nach der Ansrede und vor die Grußformel kommt immer eine Leertaste. Ebenso bei Absätzen. Die Schreibweise ist Inskabündiger Flattersatz.

Hier sehen sie als Textschrift die Stempel Garamond Roman. Die Schriftgröße ist 11pt, der Zeilenabstand beträgt +4. Von einem gut lesbaren Briefbogen spricht man, wenn die Zahl der Zeichen zwischen 50 und 75 Zeichen liegt. Bei längeren Zeilen verliert das Auge den Halt und den Anschluß zur nächsten Zeile.

Mit freundlichen Grüßen

Name



Kontakt

Anett Kühn

mail@kuoni-design.de

Handy: +49 (0)178 - 5430828
