

„EINFÜGEN“ ALS KOMMUNIKATIONSDESIGNERIN

HALLI HALLO,

UND HERZLICH WILLKOMMEN ZU MEINER VORSTELLUNG ALS KOMMUNIKATIONSDESIGNERIN.

IN DER FOLGENDEN PRÄSENTATION SIND DIE WICHTIGSTEN INFORMATIONEN ZUSAMMENGEFASST UND EINIGE PROJEKTE, SOWIE MEINE ABSCHLUSSARBEIT ANGEHÄNGT.

VIEL SPASS BEIM DURCHKLICKEN!

PERSÖNLICHE DATEN // SCHULISCHE LAUFBAHN // INTERESSEN // KENNTNISSE // FÄHIGKEITEN

PERSÖNLICHE DATEN



JANINE SIEG //
KOMMUNIKATIONSDESIGNERIN

GEBOREN AM 22.02.1989 // BASSUM



VATER //
BURKHARD

LEBENSMITTELTECHNIKER



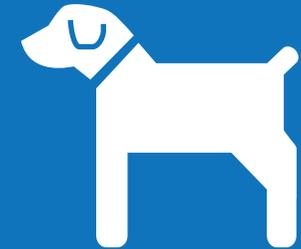
MUTTER //
ANDREA

GASTRONOMIEFACHFRAU



SCHWESTER //
MICHELLE

VOLLZEIT PUBERTÄR



WATSON

SCHULISCHE LAUFBAHN



2002 //
REALSCHULE

HAUPT- UND REALSCHULE WORPSWEDE

2006 //
ERWEITERTER REALSCHULABSCHLUSS



2006 //
FACHOBERSCHULE FÜR
GESTALTUNG

BERUFSBILDENDE SCHULEN OHZ

2008 //
FACHABITUR FÜR GESTALTUNG



2008 //
AUSSERSCHULISCHES
PRAKTIKUM

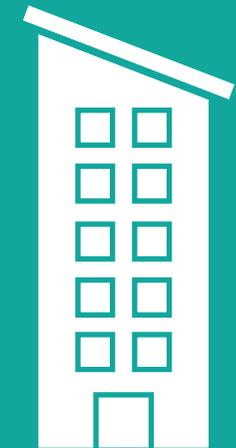
MÄDCHEN & JUNGES



2009 //
FACHGYMNASIUM FÜR
SOZIALES

BERUFSBILDENDE SCHULEN OHZ

2011
ABITUR



2011 //
KUNSTSCHULE WANDSBEK

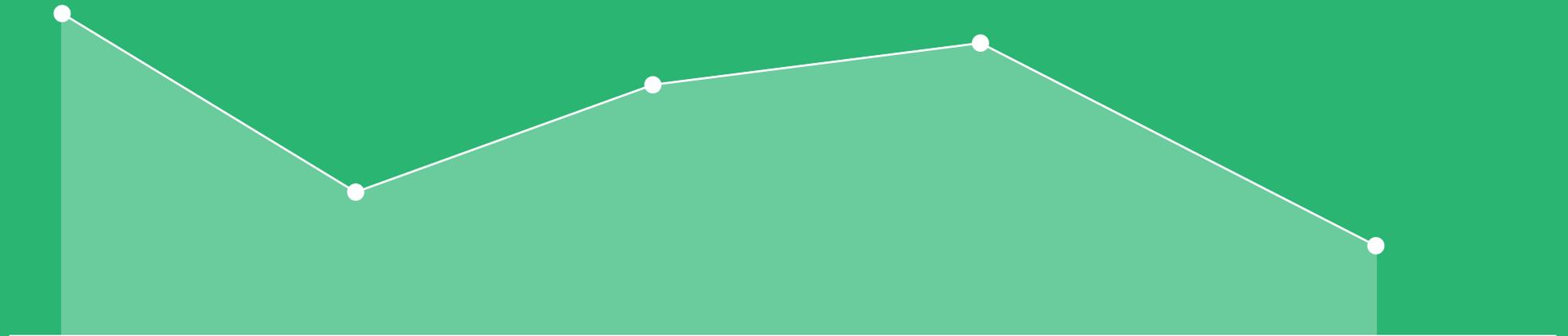
AKADEMIE FÜR KOMMUNIKATIONSDESIGN

SCHULISCHE LAUFBAHN



2015 //
KOMMUNIKATIONSDESIGNERIN
ABGESCHLOSSEN ALS JAHRGANGSBESTE MIT 98%

INTERESSEN



FUSSBALL //
TSV ST. JÜRGEN



BASKETBALL //
HAUSAUFFAHRT



BADMINTON //
TSV WORPSWEDE

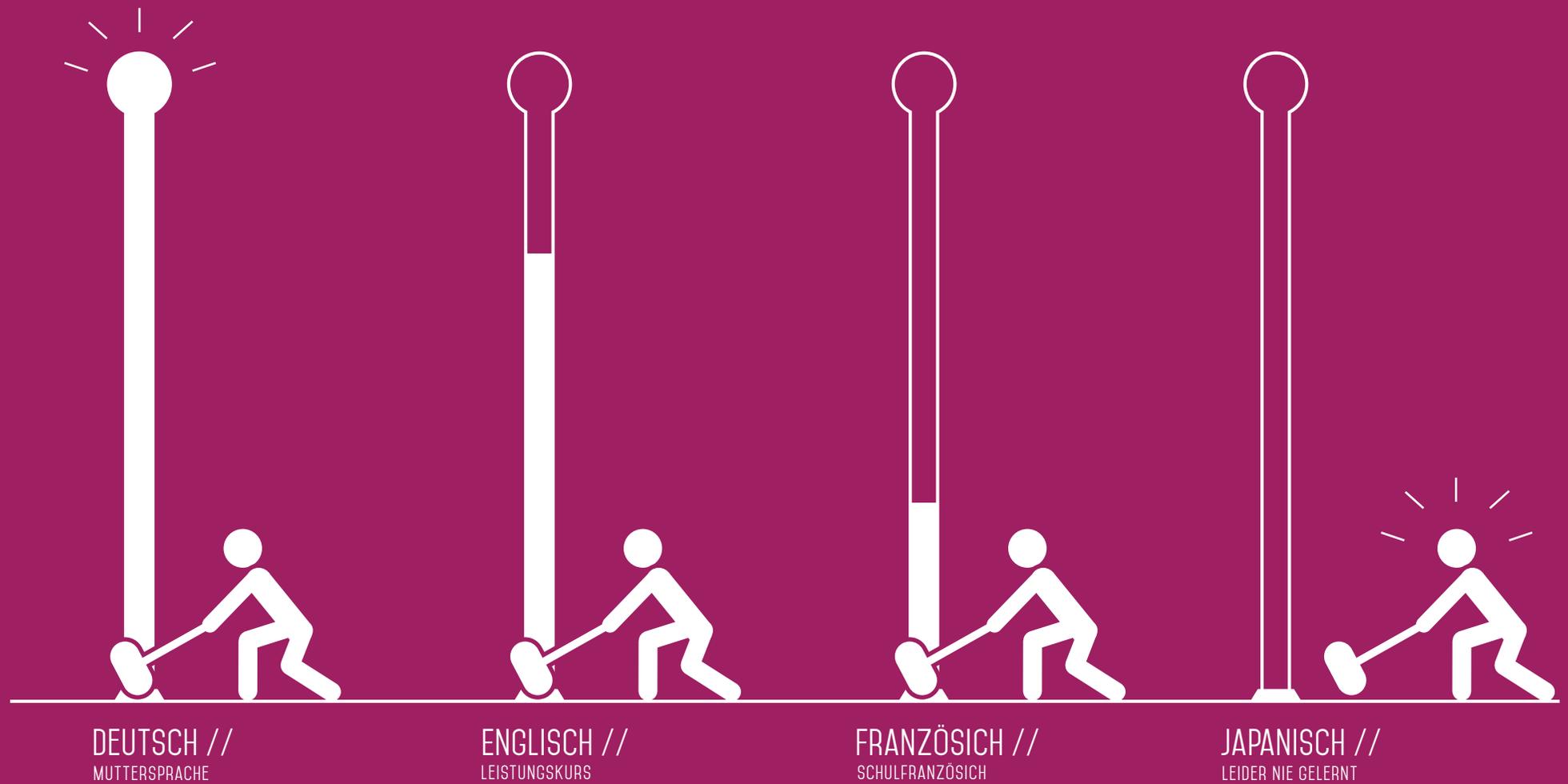


GESELLSCHAFTLICHE
VERPFLICHTUNGEN //
KREATIVE QUELLEN AUSSCHÖPFEN

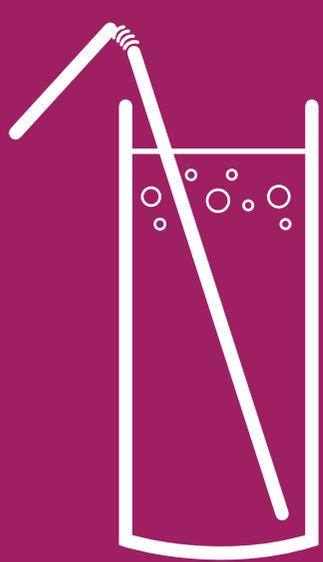


HELD SPIELEN //
EINFACH MAL DIE WELT RETTEN

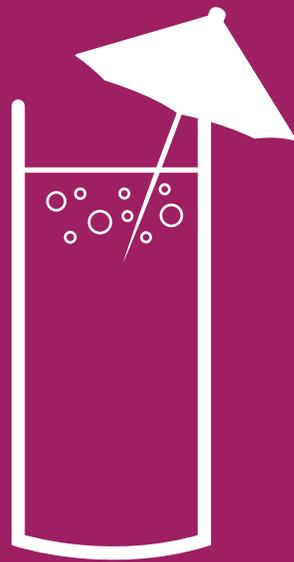
KENNTNISSE // SPRACHEN



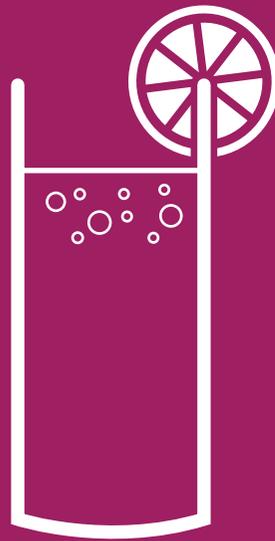
KENNTNISSE // CREATIVE SUITE CS6



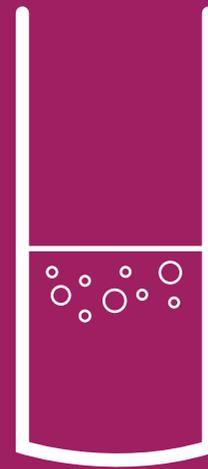
PHOTOSHOP //



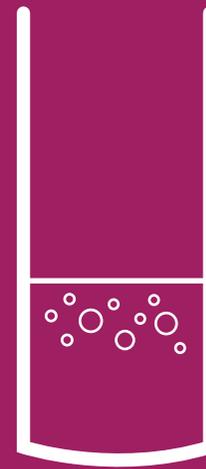
INDESIGN //



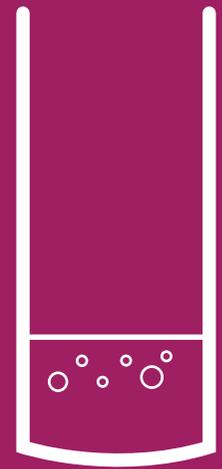
ILLUSTRATOR //



DREAMWEAVER //



FLASH //



AFTER EFFECTS //

FÄHIGKEITEN



ILLUSTRATION //



KALLIGRAFIE //



GRAFIK TABLETT //



FOTOGRAFIE + LAYOUT //



KONZEPTION //

FÄHIGKEITEN // ILLUSTRATION



THEMATISCH ZUSAMMENPASSENDE BILD SERIE - GESPACHELT UND MIT SCHWAMM GETUPFT

FÄHIGKEITEN // KALLIGRAFIE



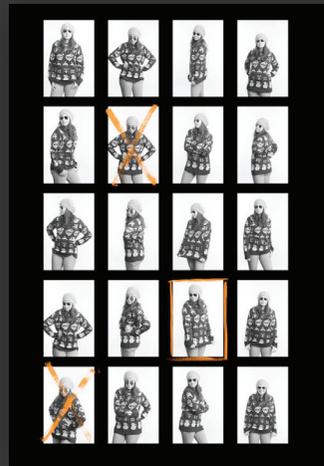
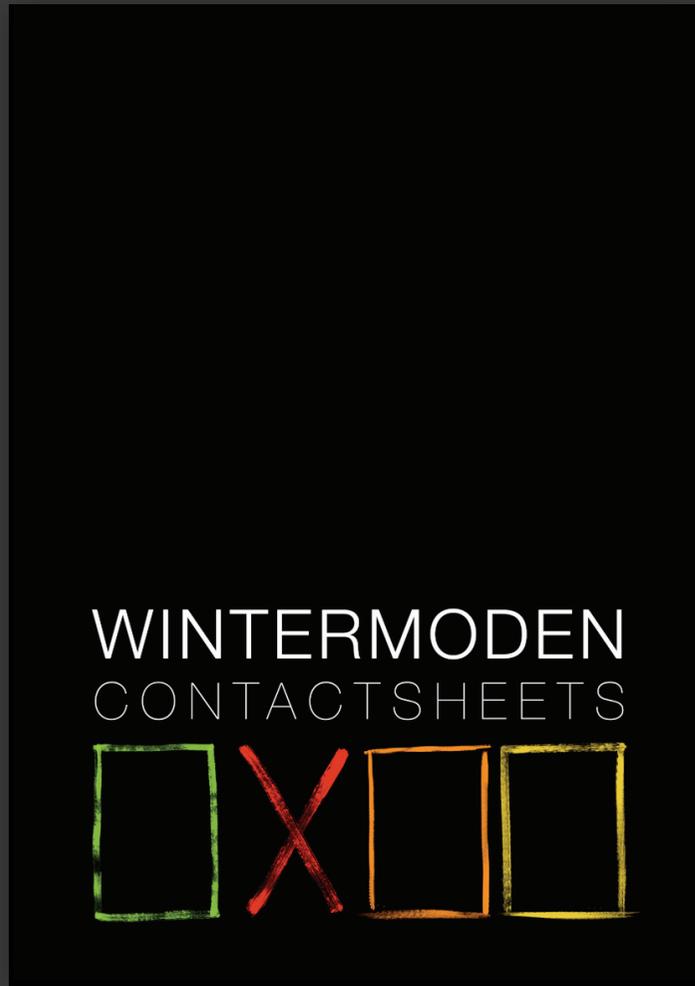
HANDGEBUNDENES KALLIGRAFIEBUCH ZUM THEMA „MOULIN ROUGE“

FÄHIGKEITEN // GRAFIK TABLETT



KOCHBUCH IM KURS TYPOGRAFIE - ERSTELLUNG VON TITEL- UND AUFMACHERSEITEN, DIE STILISTISCH ZUSAMMENPASSEN

FÄHIGKEITEN // FOTOGRAFIE



MODEFOTOGRAFIE IM STUDIO - ABGABE IM STIL DER „MAGNUM CONTACTSHEETS“

FÄHIGKEITEN // LAYOUT

DISKO SPRING/SUMMER 2016



TOWER

FOTO
SERIE



WEISS / SCHWARZ
WEISS / SCHWARZ

YAY!



GRAY / SCHWARZ
WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ
WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ

NACHT



WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ
WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ

FREEBIRD



WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ
GRÜN / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ
WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ

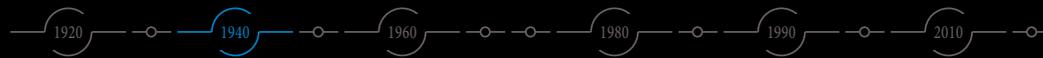
INFO



WEISS / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ
GRÜN / SCHWARZ
BLAU / SCHWARZ

TEASERBOOK FÜR DISKO STREETWEAR - LAYOUT UND GRAFISCHE BETREUUNG

FÄHIGKEITEN // KONZEPTION



Zeitlos. Grenzenlos. Mehr als nur ein Auto. 

VERANSTALTUNGS- UND DESIGNKONZEPT FÜR DEN „SÜDFLÜGEL“ IM MERCEDES-KUNDENCENTER BREMEN

AUFGABE WAR ES, EINEN VERANSTALTUNGSKALENDER MIT UNTERSCHIEDLICHEN EVENTS ZU ENTWICKELN, DER MÖGLICHST VIELE ZIELGRUPPEN ANSPRICHT UND DAS KUNDENCENTER ALS NEUES VERANSTALTUNGSZENTRUM ATTRAKTIV MACHT.

DIE EVENTS SIND AN EINEN ZEITSTRAHL ANGEPA SST, DER DIE ABFOLGE DER VERANSTALTUNGEN VORGIBT.

FÄHIGKEITEN // KONZEPTION



A horizontal timeline at the top shows years from 1920 to 2010 in increments of 10. The word 'Autokino' is highlighted in a blue circle above the year 1940. Below the timeline is a detailed illustration of a drive-in theater at night. The central focus is a large screen showing a romantic couple kissing. The theater is filled with vintage cars from the 1940s, some with their headlights on. There are several concession stands with awnings in the foreground. The scene is lit with a warm, ambient glow.

Zeitlos. Grenzenlos. Mehr als nur ein Auto. 



A horizontal timeline at the top shows years from 1920 to 2010 in increments of 10. The word 'Autokino' is highlighted in a blue circle above the year 1940. Below the timeline is a text block with a title and two paragraphs. The text is flanked by left and right arrow icons. At the bottom, there is a dashed line and the Mercedes-Benz logo.

Autokino in den 40er Jahren

Die Idee wurde zwar positiv aufgenommen, in von Wirtschaftskrisen und Zweitem Weltkrieg geprägten unsicheren Zeiten wurden aber nur vergleichsweise wenige Autokinos eröffnet; so gab es 1942 erst etwa 100 Autokinos in den USA. Mit der wachsenden Mobilität erreichten die Ozoneers, wie sie in den USA oft genannt wurden, dann in den 1950er- und frühen 1960er-Jahren den Höhepunkt ihrer Popularität. In dieser Zeit gab es allein in den USA rund 4.000 Autokinos, und viele konventionelle Kinos in den Innenstädten mussten aufgrund der Konkurrenz in den Vorstädten schließen.

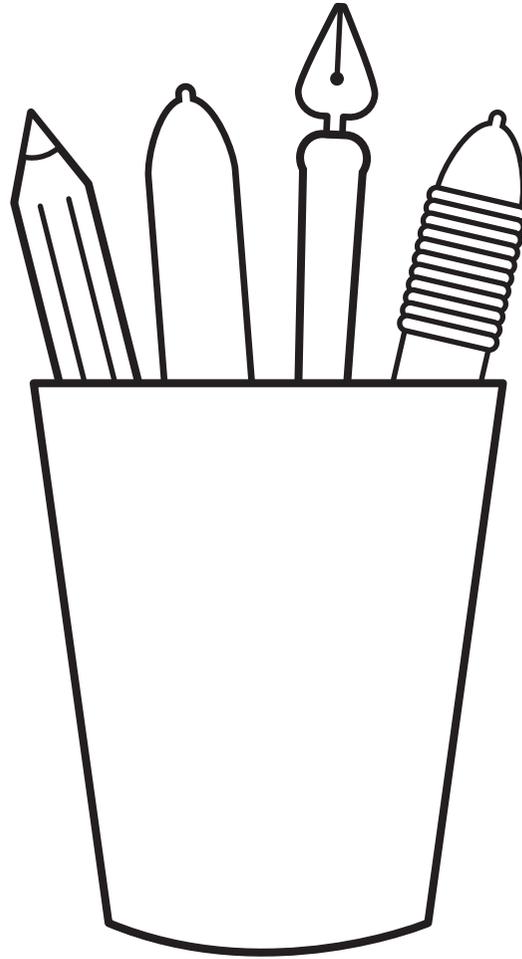
Beliebt war das Autokino wegen seiner relativ günstigen Eintrittspreise zum einen bei Familien, die auch zu schätzen wussten, dass die Betreiber auf dem Gelände Imbissstände und sogar Spielplätze errichteten, was Autokinos zu einem beliebten Ausflugsziel am Wochenende machte. Auch junge Liebespärchen, die bevorzugt die letzte Wagenreihe – die sogenannte love lane – anführten, genossen hier gerne die Privatsphäre des eigenen Autos. Autorennen und Schmuseorgien in Autokinos waren bei den Jugendlichen in dieser Zeit auch ein rebellischer Ausdruck gegen die Moralität und Prüderie der US-amerikanischen Erwachsenenwelt, wo vielerorts auch heute noch ein Kuss in der Öffentlichkeit verpönt ist. Besonders beliebt bei Jugendlichen waren Horrorfilme, die zahllose Momente boten, in denen die Freundin bei ihrem Begleiter Schutz suchen konnte.

Zeitlos. Grenzenlos. Mehr als nur ein Auto. 

SO IST DIE VERANSTALTUNG „OLDTIMER AUTOKINO“ AUF DEM ZEITSTRAHL UNTER DEM PUNKT „40ER JAHRE“ ZU FINDEN.

DER ZEITSTRAHL IST INTERAKTIV. KANN ALSO PER TOUCHSCREEN BEDIENT WERDEN UND GIBT DEM BESUCHER AUSKUNFT ÜBER DAS AKTUELLE EVENT, ABER AUCH ÜBER VERGANGENE UND ZUKÜNFTIGE VERANSTALTUNGEN.

ABSCHLUSSARBEIT // ALLE FÄHIGKEITEN IN EINEM PROJEKT

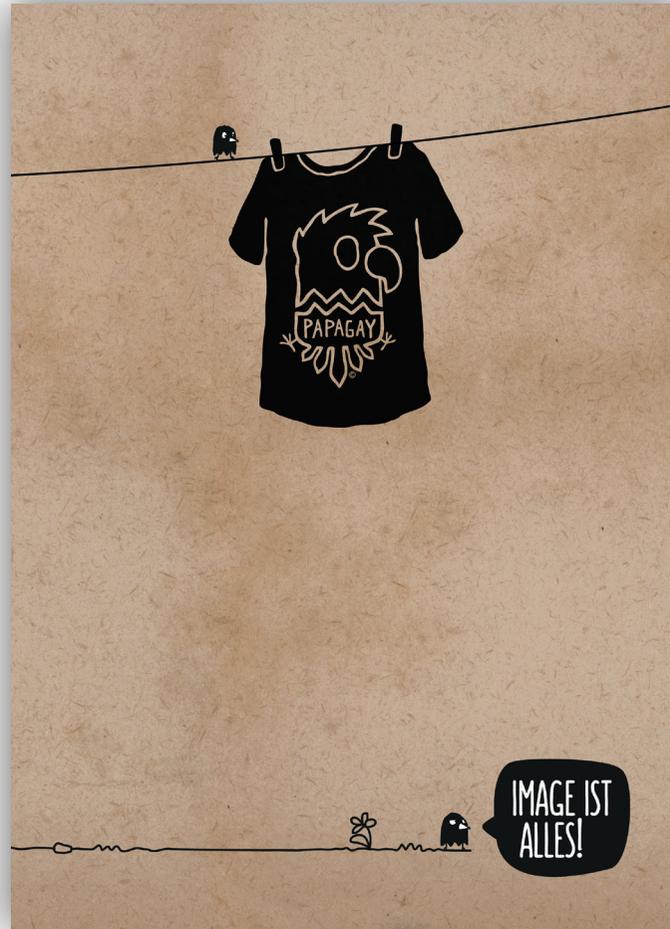
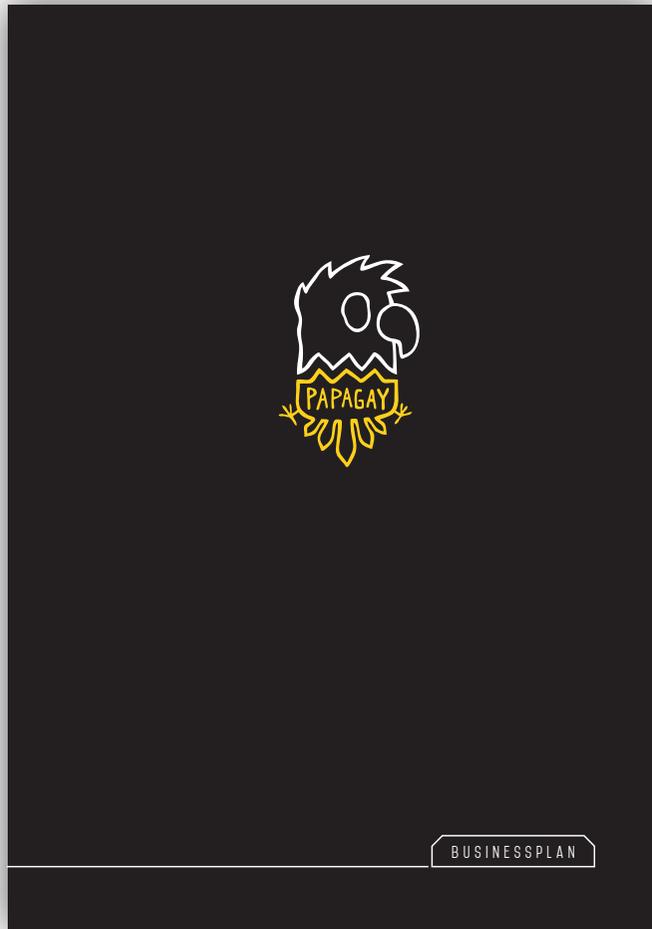


ABSCHLUSSARBEIT

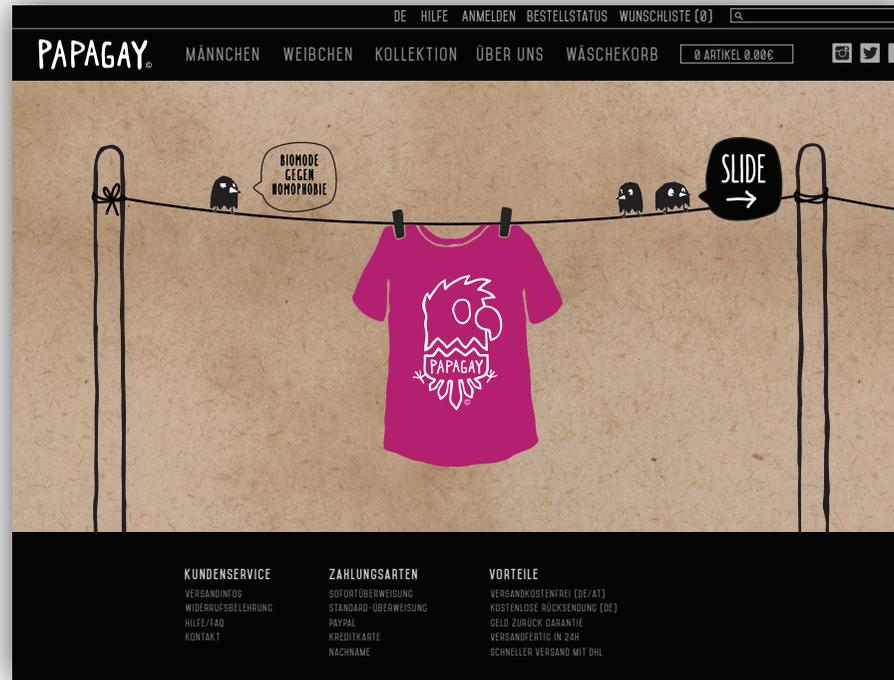


SCHWERPUNKT CORPORATE DESIGN - ENTWICKLUNG EINES MODELABELS GEGEN HOMOPHOBIE

ABSCHLUSSARBEIT



ABSCHLUSSARBEIT



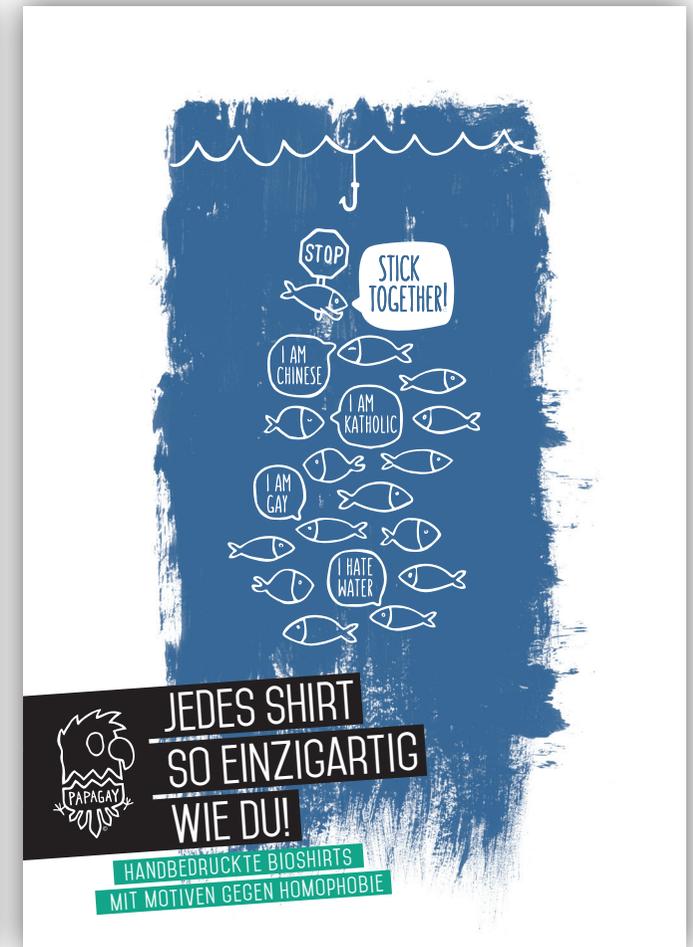
WEBSITE - AUFGEBAUT ALS SLIDEPAGE UM DAS STILELEMENT DER WÄSCHELEINE AUFZUGREIFEN

ABSCHLUSSARBEIT

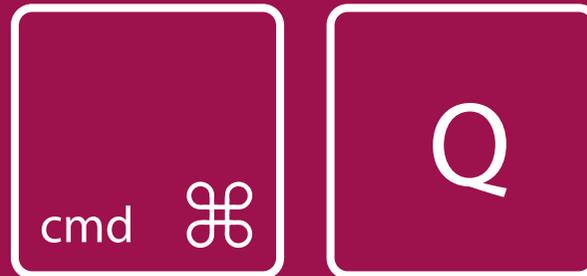


BEISPIELMOTIVE FÜR EINE ERSTE KOLLEKTION

ABSCHLUSSARBEIT



WERBEKAMPAGNE - FÜR MAGAZIN, LITTFASS, CITYLIGHTS UND WEBBANNER



ICH HOFFE, DASS ICH IHR INTERESSE WECKEN KONNTE. ÜBER EINE EINLADUNG ZU EINEM VORSTELLUNGSGESPRÄCH WÜRDEN ICH MICH SEHR FREUEN UM SIE AUCH PERSÖNLICH VON MIR ÜBERZEUGEN ZU KÖNNEN. VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT