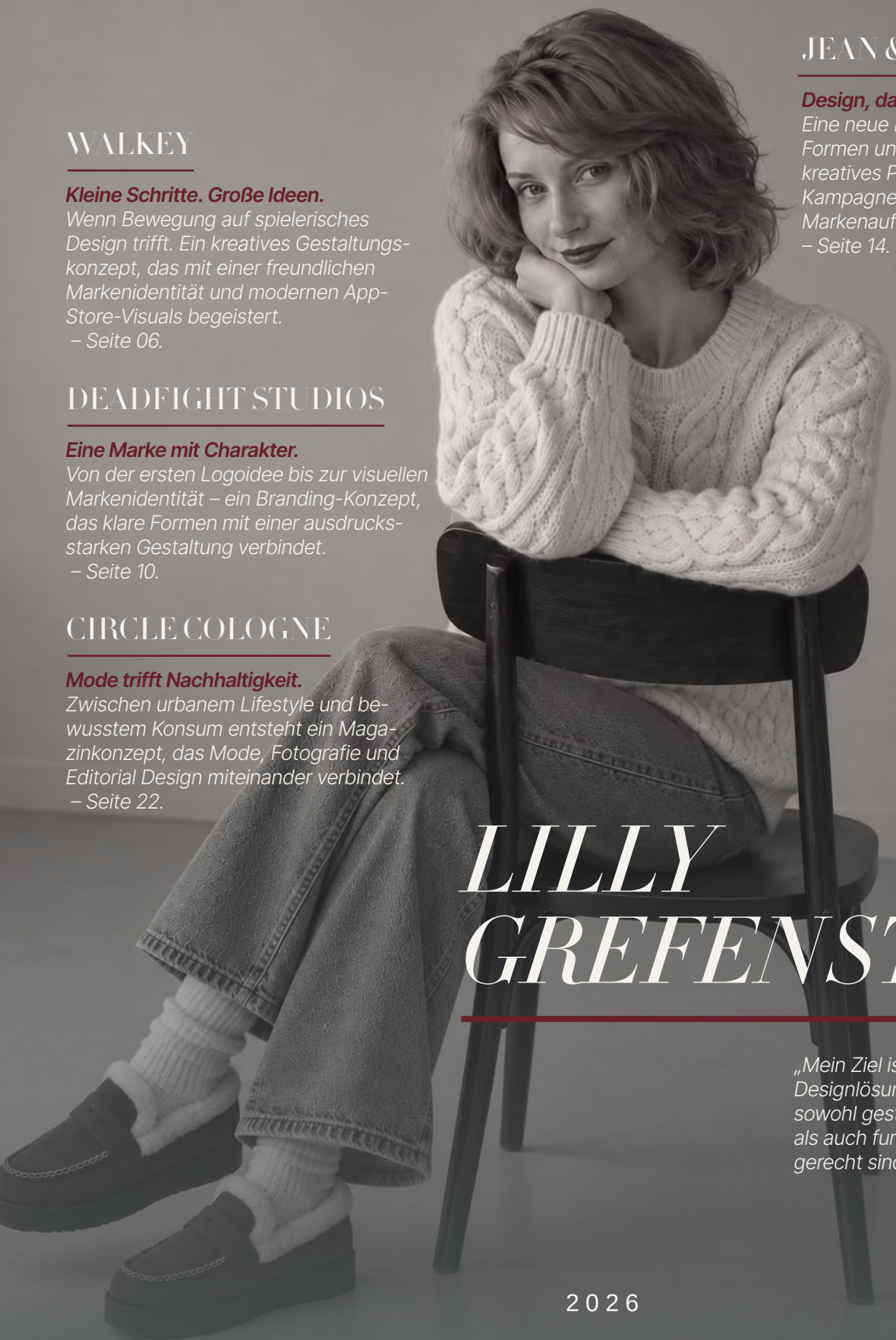
SELECTED WORKS

PORTFOLIO



WALKEY

Kleine Schritte. Große Ideen.
Wenn Bewegung auf spielerisches Design trifft. Ein kreatives Gestaltungskonzept, das mit einer freundlichen Markenidentität und modernen App-Store-Visuals begeistert.
– Seite 06.

DEADFIGHT STUDIOS

Eine Marke mit Charakter.
Von der ersten Logoidee bis zur visuellen Markenidentität – ein Branding-Konzept, das klare Formen mit einer ausdrucksstarken Gestaltung verbindet.
– Seite 10.

CIRCLE COLOGNE

Mode trifft Nachhaltigkeit.
Zwischen urbanem Lifestyle und bewusstem Konsum entsteht ein Magazinkonzept, das Mode, Fotografie und Editorial Design miteinander verbindet.
– Seite 22.

JEAN & LEN

Design, das in Erinnerung bleibt.
Eine neue Produktwelt voller Farben, Formen und Persönlichkeit. Wie kreatives Packaging und digitale Kampagnen zu einem harmonischen Markenauftritt verschmelzen.
– Seite 14.

LILLY GREFENSTEIN

„Mein Ziel ist es, durchdachte Designlösungen zu entwickeln, die sowohl gestalterisch überzeugen als auch funktional und zielgruppengerecht sind.“

2026

ABOUT ME

Ich bin 23 Jahre alt, Grafikdesignerin aus Leidenschaft und ein kreativer Kopf, der auch nach Feierabend selten stillsteht. Gestaltung ist für mich nicht nur ein Beruf, sondern etwas, das mich jeden Tag begleitet. Ob Fotografie, kleine Designprojekte oder die Gestaltung von Karten und Flyern für Freunde und Bekannte – ich liebe es, Ideen zum Leben zu erwecken und anderen damit eine Freude zu machen.

Neben meiner kreativen Seite bin ich ein offener, geselliger Mensch, der gerne lacht und Zeit mit seinen Lieblingsmenschen verbringt. Freunde, Familie und natürlich mein Hund spielen dabei eine große Rolle.

Ich würde mich selbst als herzlich, neugierig und detailverliebt beschreiben. Ich probiere gerne Neues aus, lasse mich von meiner Umgebung inspirieren und habe immer Lust, mich kreativ weiterzuentwickeln. Denn die schönsten Ideen entstehen für mich oft ganz nebenbei mitten im Alltag.



SKILLS & TOOLS

Mein gestalterischer Schwerpunkt liegt im Printdesign, insbesondere im Editorial- und Magazindesign. Zu meinen Stärken zählen die Entwicklung durchdachter Layoutkonzepte, der gezielte Einsatz von Typografie sowie die harmonische Kombination von Bild- und Gestaltungselementen. Besonders begeistert mich auch das Produkt- und Verpackungsdesign. Ich finde es spannend, wie sich die Persönlichkeit einer Marke durch kreative Gestaltung auf einem Produkt widerspiegeln lässt.

Ich verfüge über sehr gute Kenntnisse in Adobe InDesign, Photoshop und Illustrator. Darüber hinaus bin ich mit Figma und Canva vertraut und gestalte verschiedene digitale Medien, darunter Social-Media-Posts, digitale Werbemittel und Visuals. Auch die Bearbeitung und der Schnitt kurzer Videos für Social-Media-Reels gehören zu meinen Fähigkeiten.

Meine Arbeitsweise zeichnet sich durch Kreativität, Sorgfalt und ein ausgeprägtes Gespür für Ästhetik aus. Ich arbeite gerne strukturiert und organisiert, lege Wert auf eine übersichtliche Projektplanung und achte auch bei umfangreicheren Gestaltungsaufgaben auf jedes Detail. Klare Abläufe, sauber aufgebaute Dateien und eine präzise Umsetzung sind für mich ebenso wichtig wie die kreative Idee dahinter. Mein Ziel ist es, durchdachte Designlösungen zu entwickeln, die sowohl gestalterisch überzeugen als auch funktional und zielgruppengerecht sind.



01 WALKEY

Logoentwicklung und App-Store-Visuals

WAS IST WALKEY?

Walkey ist eine kostenlose Schrittzähler-App, die Bewegung und spielerische Motivation miteinander verbindet. Jeder Schritt trägt zum Wachstum eines virtuellen Gartens bei, in dem neue Bäume freigeschaltet und individuelle Meilensteine erreicht werden können. Der kleine Vogel Robin begleitet die Nutzer dabei und motiviert zu mehr Aktivität im Alltag. Durch die Integration von Apple HealthKit werden Schritte automatisch erfasst.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Walkey richtet sich vor allem an junge, digitalaffine Menschen, die mehr Bewegung in ihren Alltag integrieren möchten. Durch spielerische Belohnungen und einen wachsenden virtuellen Garten wird Bewegung auf motivierende Weise erlebbar. Das Logo und die App-Store-Visuals vermitteln das Konzept auf einen Blick, schaffen Wiedererkennungswert und wecken das Interesse potenzieller Nutzer.





DESIGNIDEE & WIRKUNG

Die Gestaltung verbindet eine freundliche, spielerische Bildsprache mit klarer Typografie und einer lebendigen Farbwelt. Das reduzierte Logo sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert, während die App-Store-Visuals die wichtigsten Funktionen anschaulich präsentieren. So entsteht ein einheitlicher Markenauftritt, der Neugier weckt und zur Nutzung der App motiviert.

LOGOENTWICKLUNG

Das minimalistische Logo verbindet einen Fußabdruck mit einem Blatt und vereint damit die Themen Bewegung, Natur und Wachstum. Die organischen Formen greifen das spielerische Konzept der App auf, während die klare Wortmarke für eine moderne und freundliche Markenidentität sorgt. Die harmonische Verbindung von Bild- und Wortmarke vermittelt Leichtigkeit und unterstreicht den positiven, motivierenden Charakter von Walkey. Durch die reduzierte Gestaltung bleibt das Logo auch in kleinen Größen gut erkennbar und vielseitig einsetzbar.

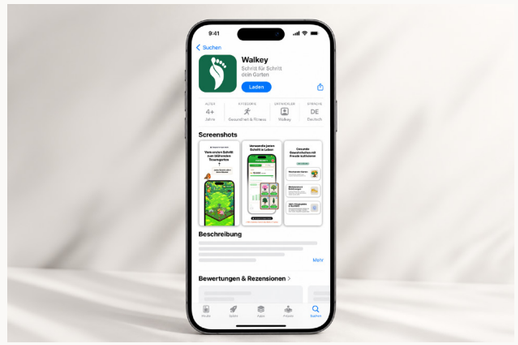






APP-STORE-VISUALS

Die App-Store-Visuals verbinden ein klares, minimalistisches Design mit einer lebendigen Bildsprache. Großzügige Weißflächen, klare Typografie und prägnante Headlines sorgen für Übersichtlichkeit. Farbenfrohe Illustrationen, detailreiche App-Screenshots und das Maskottchen Robin setzen spielerische Akzente und schaffen einen modernen, wiedererkennbaren Markenauftritt.



INTER

TYPOGRAFIE

Für die App-Store-Visuals wurde die Schriftart Inter verwendet. Ihre moderne, klare Formensprache sorgt für eine hohe Lesbarkeit und unterstützt das minimalistische Design. Durch den gezielten Einsatz unterschiedlicher Schriftschnitte entstehen eine klare visuelle Hierarchie und ein harmonischer Kontrast zu den verspielten Illustrationen.

#126849 #2EC740

#FFFFFF #E65C24

FARBPALETTE

Die Farbpalette kombiniert zwei natürliche Grüntöne mit klassischem Weiß und einem lebendigen Orange. Die Grüntöne symbolisieren Natur, Wachstum und Gesundheit, während Orange für Energie, Bewegung und Motivation steht. Weiß sorgt für Leichtigkeit und schafft einen harmonischen Ausgleich zu den kräftigen Akzentfarben. Gemeinsam entsteht eine frische, freundliche und moderne Markenidentität.



02

DEADFIGHT STUDIOS

BRAND IDENTITY & VISUAL DESIGN

WAS IST DEADFIGHT STUDIOS?

Deadfight Studios ist eine Gaming-Marke im Aufbau, unter der zukünftig Spiele für Plattformen wie Roblox und Steam veröffentlicht werden sollen. Für das Projekt habe ich ein ganzheitliches Markenkonzept entwickelt. Von der Corporate Identity über das Logo und die Farbpalette bis hin zur Bildsprache. Ziel war es, eine eigenständige visuelle Identität mit hohem Wiedererkennungswert zu schaffen.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Deadfight Studios richtet sich an eine junge, gamingbegeisterte Zielgruppe, die sich für kreative und abwechslungsreiche Spielerlebnisse interessiert. Mit geplanten Veröffentlichungen auf Roblox und Steam sollen unterschiedliche Spielertypen angesprochen werden. Die Marke steht für eigenständige Spielideen, Kreativität und einen hohen Wiedererkennungswert, ohne sich dabei auf ein bestimmtes Spielgenre festzulegen.





DESIGNIDEE & WIRKUNG

Das Gestaltungskonzept verbindet eine markante Symbolik mit einer klaren, reduzierten Formensprache. Die Kombination aus klassischer Serifentypografie, modernen Schriftformen und einer kontrastreichen Farbpalette schafft ein eigenständiges Erscheinungsbild. Bewusst einfach gehaltene Gestaltungselemente sorgen für Wiedererkennbarkeit und ermöglichen eine vielseitige Anwendung auf digitalen Plattformen, in sozialen Medien und innerhalb zukünftiger Spieleprojekte.

LOGOENTWICKLUNG

Die Bildmarke greift den Namen „Deadfight“ auf und übersetzt ihn in zwei charakteristische Symbole. Die Sichel als Attribut des Sensenmanns steht für „Dead“, während die erhobene Faust den Begriff „Fight“ symbolisiert. Ziel war es, beide Elemente zu einer markanten und wiedererkennbaren Bildmarke zu verbinden, ohne dabei brutal zu wirken. Die Wortmarke ergänzt das Symbol durch eine klare, elegante typografische Gestaltung. Durch die Entwicklung von Bildmarke, Wortmarke und deren Kombination ist das Logo vielseitig einsetzbar.



BILDMARKE



WORT - BILDMARKE



WORTMARKE

TYPOGRAFIE

DIDOT

MONTSERRAT

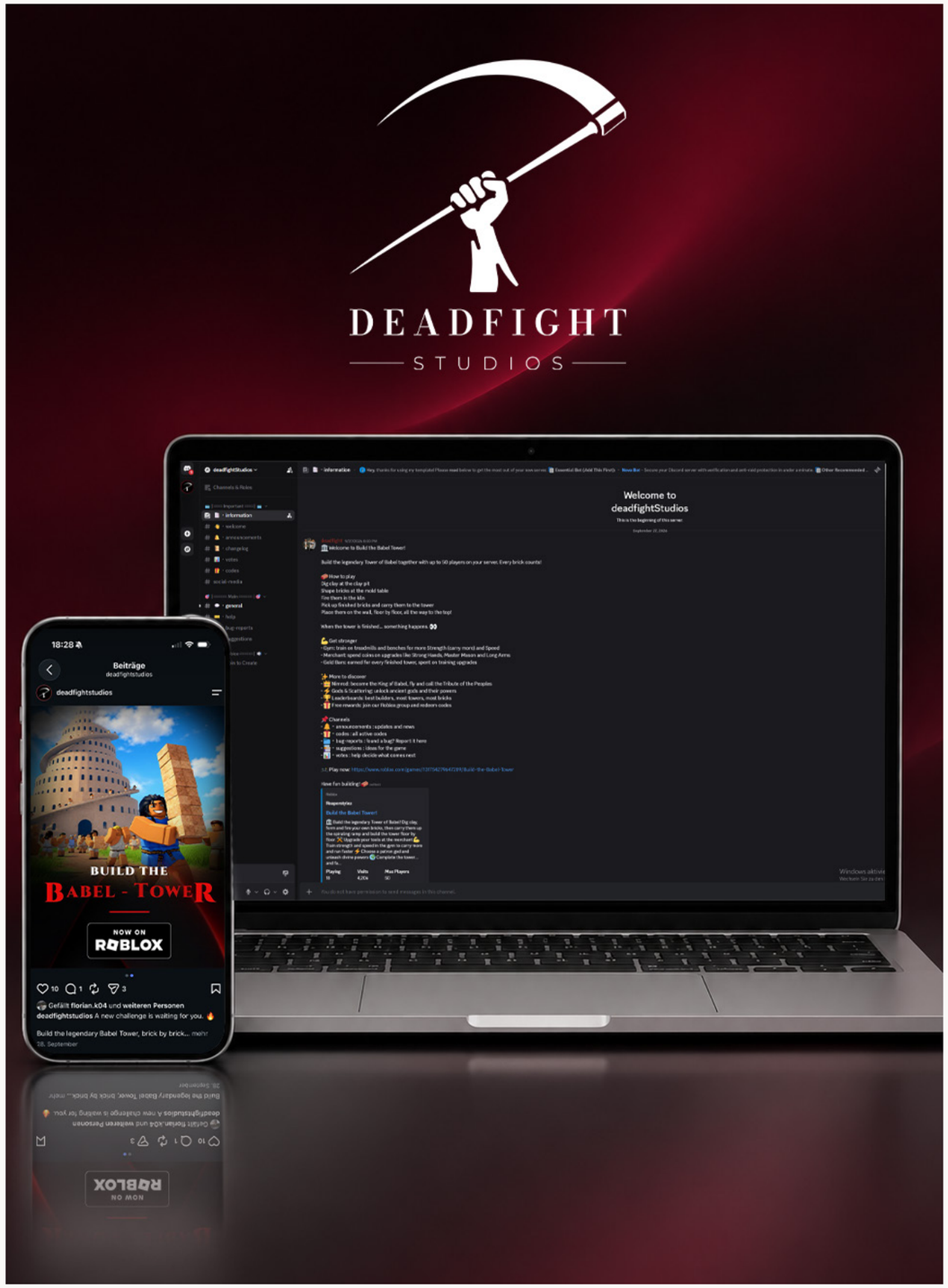
Die Typografie verbindet die elegante Serifenschrift Didot mit der modernen, geometrischen Montserrat. Während Didot durch ihre feinen Linien und starken Kontraste eine klassische, hochwertige Ästhetik vermittelt, sorgt Montserrat für Klarheit, Modernität und eine gute Lesbarkeit. Das Zusammenspiel beider Schriftarten schafft eine ausgewogene Balance zwischen zeitloser Eleganz und zeitgemäßem Design. So entsteht ein unverwechselbares, stilvolles Erscheinungsbild, das den hochwertigen Charakter der Marke unterstreicht.

FARBPALETTE

#660B01 #B41918

#000000 #FFFFFF

Die Farbpalette basiert auf einem kontrastreichen Zusammenspiel aus Dunkelrot, kräftigem Rot, Schwarz und Weiß. Während die Rottöne Energie, Spannung und Dynamik vermitteln, sorgen Schwarz und Weiß für Klarheit und einen markanten visuellen Auftritt. Das Dunkelrot verleiht der Gestaltung zusätzliche Tiefe, während das kräftige Rot gezielt als Akzentfarbe eingesetzt wird, um wichtige Elemente hervorzuheben. Die neutralen Farben schaffen einen bewussten Ausgleich und ermöglichen eine vielseitige Anwendung auf unterschiedlichen Medien. Gemeinsam bilden die vier Farben ein harmonisches und wiedererkennbares Erscheinungsbild, das die visuelle Identität von Deadfight Studios prägt.



03 JEAN & LEN

PACKAGING & KAMPAGNENDESIGN

WAS IST JEAN & LEN?

Jean & Len ist eine deutsche Marke für Pflege- und Beautyprodukte, die hochwertige Inhaltsstoffe mit modernem Design und einem bewussten Lebensstil verbindet. Unter dem Motto „Ohne Gedøns“ steht die Marke für unkomplizierte Pflege, angenehme Düfte und Produkte, die Freude in den Alltag bringen. Dabei stehen Qualität, Natürlichkeit und ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen im Mittelpunkt.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Jean & Len richtet sich an pflege- und designbewusste Menschen, die Wert auf hochwertige Produkte, angenehme Düfte und einen bewussten Lebensstil legen. Die Marke verbindet Natürlichkeit mit Kreativität, Lebensfreude und einem modernen Erscheinungsbild. Sie steht für unkomplizierte Pflege, Qualität und Individualität, ohne dabei auf Ästhetik und Nachhaltigkeit zu verzichten.





DESIGNIDEE & WIRKUNG

Das Gestaltungskonzept der fiktiven Jean-&-Len-Produktlinie „Calm Aromatic Lavendel“ verbindet moderne Typografie mit floralen Illustrationen und einer harmonischen Farbwelt aus Violett, Flieder und Rosa. Die Kombination aus ausdrucksstarken Schriftzügen und natürlichen Gestaltungselementen vermittelt Ruhe, Pflege und Wohlbefinden. Das Verpackungsdesign greift die bestehende Markenidentität auf und interpretiert sie auf kreative Weise neu. Ein ergänzendes Mailing und ein Social-Media-Posting übertragen das Design in die digitale Kommunikation und schaffen einen einheitlichen, aufmerksamkeitsstarken Markenauftritt.

PACKAGING-DESIGN

Das Verpackungsdesign der fiktiven Produktlinie „Calm Aromatic Lavendel“ verbindet ausdrucksstarke Typografie mit detailreichen Lavendelillustrationen. Die sanften Flieder-töne der Bodylotion und das kräftige Violett des Duschgels schaffen eine harmonische Produktfamilie mit individuellem Charakter. Florale Elemente und gezielte Farbakzente unterstreichen die beruhigende Wirkung der Duftwelt und greifen die verspielte Design-sprache von Jean & Len auf.



NEWSLETTER & SOCIAL MEDIA

Der Newsletter und der Social-Media-Post greifen die Farbwelt und Bildsprache der Produktlinie auf und schaffen einen einheitlichen Markenauftritt. Warme Naturtöne, kräftige Farbakzente und klare Typografie vermitteln Ruhe und Wohlbefinden. Während der Newsletter gezielt informiert und zum Kauf anregt, sorgt der Social-Media-Post für Aufmerksamkeit und Wiedererkennung.

INTER TIGHT

POPPINS

TYPOGRAFIE

Die Kombination aus Inter Tight und Poppins schafft eine moderne, harmonische Typografie. Während Inter Tight durch klare, kompakte Formen überzeugt, verleiht Poppins dem Design eine freundliche, weiche Note. Gemeinsam unterstreichen sie den frischen Markencharakter.

#D4C5E1 #3A2660

#FBF1E1 #DC6192

FARBPALETTE

Sanfte Flieder- und Cremetöne bilden die Grundlage des Farbkonzepts und vermitteln Ruhe, Natürlichkeit und Wohlbefinden. Ein tiefes Violett sorgt für Kontrast und Eleganz, während kräftige Pinkakzente Frische und Lebendigkeit verleihen. Gemeinsam schaffen die Farben eine harmonische, moderne und wiedererkennbare Produktidentität.



Manchmal braucht es gar nicht viel, um den Tag ein bisschen ruhiger werden zu lassen. Ein tiefer Atemzug, ein warmer Moment für dich und der beruhigende Duft von Lavendel.

Mit unserer Calm Aromatic Lavendel Body Lotion und der Creme-Öl-Dusche wird deine Pflegeroutine zu einer kleinen Auszeit. Die sanfte Creme-Öl-Dusche reinigt deine Haut besonders mild und hinterlässt ein geschmeidiges Hautgefühl. Anschließend versorgt die Body Lotion deine Haut bis zu 24 Stunden mit Feuchtigkeit und schenkt ihr intensive Pflege.
Ganz ohne klebriges Gefühl.

Der natürliche Lavendelduft begleitet dich dabei durch deinen Moment der Entspannung und macht aus deiner täglichen Pflege ein kleines Wohlfühlritual.



Weil du dir genau das verdient hast.

Sanfte Reinigung & intensive Pflege
Beruhigender Lavendelduft
Vegan & ohne Gedøns*

Gönn dir deine tägliche Portion Ruhe und entdecke das Calm Aromatic Lavendel Duo.

JETZT ENTDECKEN



Beruhigende Lavendel
Bodylotion

€4.49

JETZT SHOPPEN

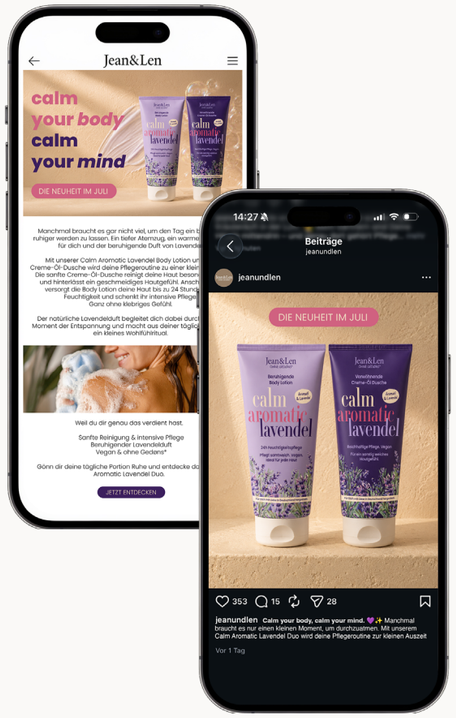


Beruhigende Lavendel
Creme-Öl Dusche

€2.99

JETZT SHOPPEN





04 SUSTAIN COLOGNE

MAGAZINKONZEPT & EDITORIAL DESIGN

WAS IST SUSTAIN COLOGNE?

Sustain Cologne ist ein Magazin rund um Nachhaltigkeit und bewusstes Leben in Köln. Es verbindet informative Beiträge mit Themen aus Lifestyle, Mode und Umwelt. Ziel ist es, Nachhaltigkeit alltagsnah, verständlich und visuell ansprechend zu vermitteln. Dabei stehen praktische Tipps, Inspiration und ein bewusster Umgang mit Ressourcen im Mittelpunkt.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Das Magazin richtet sich an umweltbewusste, lifestyleorientierte Menschen, die Nachhaltigkeit in ihren Alltag integrieren möchten. Sustain Cologne verbindet Umweltbewusstsein mit Kreativität, Regionalität und einem modernen Lebensgefühl. Die Marke steht für einen bewussten Lebensstil, ohne dabei auf Ästhetik und Individualität zu verzichten.



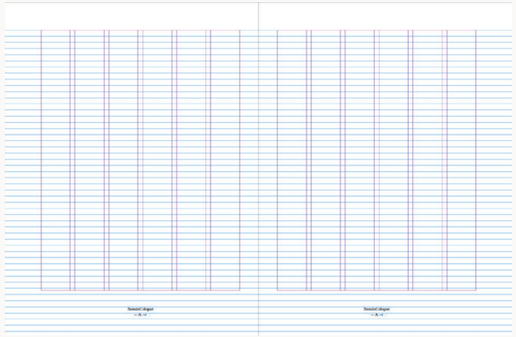


DESIGNIDEE & WIRKUNG

Das Gestaltungskonzept verbindet moderne Typografie mit klassischen Editorial-Elementen. Natürliche Grün- und Erdtöne sowie gezielte Farbakzente unterstreichen das Thema Nachhaltigkeit. Der Wechsel zwischen großzügigem Weißraum, ausdrucksstarken Bildern und grafischen Elementen schafft eine abwechslungsreiche Gestaltung. Ein klares Spaltenraster und wiederkehrende Rubrikmarkierungen sorgen dabei für Struktur und Orientierung.

RASTER

Das Magazin basiert auf einem sechsspaltigen Gestaltungsraster, das eine flexible Anordnung von Texten, Bildern und grafischen Elementen ermöglicht. Ein durchgängiges Grundlinienraster von 13 pt sorgt für eine einheitliche Ausrichtung und ein ruhiges Schriftbild. Bewusst gewählte Seitenränder und großzügiger Weißraum schaffen eine klare Struktur und unterstützen die Lesbarkeit.



ELEMENTE

Wiederkehrende Rubrikbalken, nummerierte Elemente und Illustrationen prägen die visuelle Gestaltung des Magazins. Klare Linien, Informationssymbole und farbige Flächen strukturieren die Inhalte und setzen gezielte Akzente. Das Zusammenspiel aus funktionalen und dekorativen Elementen schafft Orientierung, lockert die Seiten auf und sorgt für einen einheitlichen, wiedererkennbaren Magazincharakter.



INTER TIGHT

BERGAMO STD

TYPOGRAFIE

Die Kombination aus der modernen Inter Tight für Überschriften und der klassischen Bergamo Std für Fließtexte schafft einen spannenden Kontrast. Klare Schrifthierarchien sorgen für Struktur und eine angenehme Lesbarkeit.

#F9C03E

#C54F1D

#90291F

#1C4E4E

FARBPALETTE

Natürliche Grün- und Erdtöne bilden die Grundlage des Farbkonzepts. Kräftige Akzentfarben setzen gezielte Highlights und verleihen dem Magazin eine lebendige, wiedererkennbare Identität.



05

CIRCLE COLOGNE

MAGAZINKONZEPT & EDITORIAL DESIGN

WAS IST CIRCLE COLOGNE?

Circle Cologne ist eine Kölner Initiative, die sich für nachhaltige Mode und bewussten Konsum einsetzt. Im Mittelpunkt stehen Kleidertausch, Gemeinschaft und die Wiederverwendung von Ressourcen. Das Magazin stellt die Initiative, ihre Werte und Projekte vor und vermittelt die Themen Nachhaltigkeit und Secondhand-Mode auf eine moderne, visuell ansprechende Weise.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Das Magazin richtet sich vor allem an junge, modebewusste Menschen, die sich für Nachhaltigkeit, Individualität und alternative Konsumformen interessieren. Circle Cologne verbindet Umweltbewusstsein mit Kreativität, Gemeinschaft und urbanem Lifestyle. Die Initiative zeigt, dass nachhaltige Mode nicht nur verantwortungsvoll, sondern auch individuell und stilvoll sein kann.



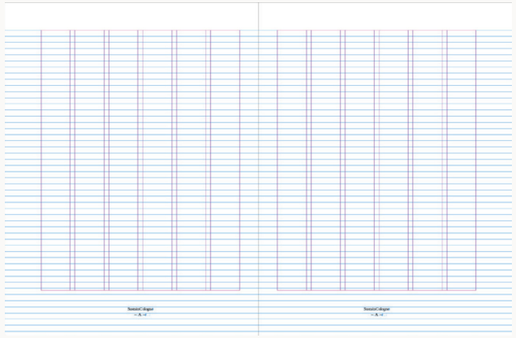


DESIGNIDEE & WIRKUNG

Das Gestaltungskonzept verbindet moderne Streetwear-Ästhetik mit klassischen Editorial-Elementen. Dunkle Grüntöne, warme Erdfarben und kontrastreiche Typografie unterstreichen den urbanen Charakter des Magazins. Großflächige Fotografien, abwechslungsreiche Bildkompositionen und markante Überschriften schaffen eine dynamische Gestaltung. Der Wechsel zwischen klar strukturierten Textbereichen und ausdrucksstarken Bildwelten sorgt für Spannung und eine eigenständige visuelle Identität.

RASTER

Das Magazin basiert auf einem flexiblen Gestaltungsraster, das unterschiedliche Bild- und Textanordnungen ermöglicht. Mehrspaltige Textbereiche, großzügige Fotografien und bewusst eingesetzte Weißräume schaffen eine abwechslungsreiche Seitenstruktur. Wiederkehrende Ausrichtungen und klare Abstände sorgen dabei für Orientierung und Lesbarkeit.



ELEMENTE

Großflächige Fotografien, markante Schriftbalken und grafische Illustrationen prägen die visuelle Gestaltung des Magazins. Die Bildwelt wurde eigenständig konzipiert und umgesetzt – von der Fotografie und dem eigenen Posing vor der Kamera bis hin zur anschließenden Bildbearbeitung und Retusche. Organische Blattformen und dynamische Muster ergänzen die urbane Ästhetik und greifen das Thema Nachhaltigkeit auf. Das Zusammenspiel aus Fotografie, Typografie und grafischen Elementen schafft einen individuellen, wiedererkennbaren Magazincharakter.



INTER TIGHT

BERGAMO STD

TYPOGRAFIE

Die Kombination aus der modernen Inter Tight für Überschriften und der klassischen Bergamo Std für Fließtexte schafft einen spannenden Kontrast. Klare Schrifthierarchien sorgen für Struktur und eine angenehme Lesbarkeit.

#D8DE5E

#A75220

#000000

#275135

FARBPALETTE

Tiefe Grüntöne und warme Braun- und Orangenuancen bilden die Grundlage des Farbkonzepts. Während Grün die Verbindung zur Natur und Nachhaltigkeit unterstreicht, verleihen die warmen Farbtöne dem Magazin einen urbanen, authentischen Charakter. Schwarz und Weiß sorgen für klare Kontraste und eine moderne Gesamtwirkung.



06 HOTTGENROTH SOFTWARE

RECRUITING-KAMPAGNE

WER IST HOTTGENROTH SOFTWARE?

Die Hottgenroth Software AG ist ein 1996 gegründetes Unternehmen mit Hauptsitz in Köln und zählt zu den führenden Anbietern von Softwarelösungen für Energieeffizienz und Gebäudetechnik. Das Unternehmen entwickelt innovative Anwendungen für Energieberater, Architekten, Planer und Handwerksbetriebe. Im Mittelpunkt stehen die Digitalisierung von Arbeitsprozessen, die effiziente Gebäudeplanung und die Förderung nachhaltiger Energielösungen.





ZIELGRUPPE & RELEVANZ

Die Zielgruppe des Projekts umfasst vor allem Schüler, Schulabsolventen und junge Berufseinsteiger, die auf der Suche nach einer Ausbildung oder beruflichen Perspektive sind. Ziel ist es, Hottgenroth Software als modernen und attraktiven Arbeitgeber bei jungen Menschen bekannter zu machen. Angesichts des zunehmenden Wettbewerbs um qualifizierte Nachwuchskräfte spielt die gezielte Ansprache potenzieller Auszubildender eine wichtige Rolle, um die Arbeitgebermarke zu stärken und langfristig neue Talente zu gewinnen.





DESIGNIDEE & WIRKUNG

Die Gestaltung verbindet eine moderne, dynamische Bildsprache mit der Corporate Identity von Hottgenroth Software. Kräftige Rot- und Violetttöne, leuchtende Lichteffekte und großflächige Fotografien schaffen eine technologische und zugleich lebendige Atmosphäre. Markante Headlines, klare Informationsbereiche und gezielte Farbakzente sorgen für eine übersichtliche Struktur. Das Design soll besonders junge Menschen ansprechen, Aufmerksamkeit wecken und Hottgenroth Software als innovativen und attraktiven Ausbildungsbetrieb präsentieren.

ROLL-UP

Das Roll-up dient als aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel auf Ausbildungs- und Karrieremessen. Die großflächige Typografie, leuchtenden Farbeffekte und klare Struktur sorgen für eine hohe Fernwirkung. Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten werden auf einen Blick sichtbar, während die direkte Ansprache zum persönlichen Austausch einlädt. Ein integrierter QR-Code ermöglicht den schnellen Zugang zu weiterführenden Informationen und erleichtert potenziellen Bewerbern den Einstieg in den Bewerbungsprozess.



FLYER

Der Recruiting-Flyer informiert potenzielle Auszubildende über die verschiedenen Ausbildungsberufe, Aufgabenbereiche und Voraussetzungen bei Hottgenroth Software. Die Kombination aus modernen Fotografien, klar strukturierten Textbereichen und farbigen Informationselementen ermöglicht eine schnelle Orientierung. Die auffällige Titelseite weckt Aufmerksamkeit, während die Innenseiten detaillierte Einblicke in die Berufsfelder bieten. Ergänzende Informationen zu Benefits und ein QR-Code erleichtern den Einstieg in den Bewerbungsprozess.



SOURCE SANS

TYPOGRAFIE

Für den Recruiting-Flyer und das Roll-up wurde die Schriftfamilie Source Sans verwendet. Ihre moderne, serifenlose Gestaltung sorgt für gute Lesbarkeit und ein professionelles Erscheinungsbild. Unterschiedliche Schriftschnitte schaffen klare Hierarchien und unterstreichen den zeitgemäßen Charakter des Unternehmens.

#B41F1F #69193D #FFFFFF #B33A17

FARBPALETTE

Die Farbpalette orientiert sich am Corporate Design von Hottgenroth Software. Das charakteristische Firmenrot sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert, während der dunkle Beerenton Tiefe verleiht. Warme Orangeakzente unterstreichen die dynamische Gestaltung und Weiß schafft klare Kontraste und eine gute Lesbarkeit.



KONTAKTIEREN SIE MICH!

Sie haben Fragen zu meinen Arbeiten oder möchten mich persönlich kennenlernen? Sie erreichen mich gerne per E-Mail oder telefonisch. Ich freue mich über Ihre Rückmeldung und die Gelegenheit zu einem ersten Austausch.

Weitere Einblicke in meine Projekte und kreativen Arbeiten finden Sie auf meinem LinkedIn-Profil.

Ich freue mich, von Ihnen zu hören!

LILLY GREFENSTEIN

Dixberg 10, 51105 Köln

lilly.grefenstein@web.de

0176/30506676



SELECTED WORKS

PRINT / EDITORIAL / PACKAGING / DIGITAL



2026