# Say Yeah!

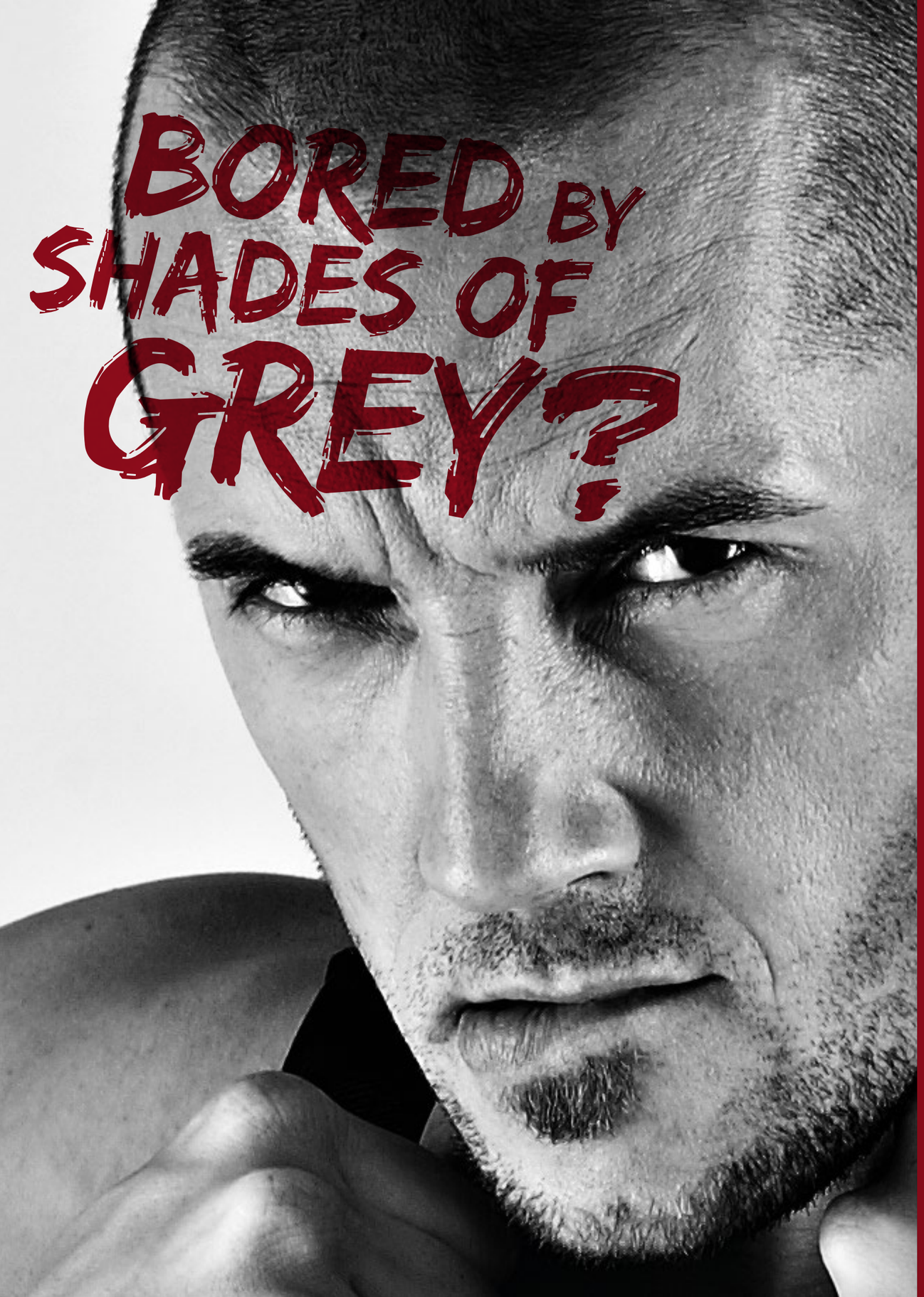
summer & autumn 019

4.1 - The Update Issue

Ausgabe 4.1

2500351209602

0160 44 84 855




# 'CAUSE SOMETHING COLORFUL IS ABOUT TO HAPPEN!

Genug des Grau in Grau – NKFG spielt gern mit Farben, steht auf Bunt und mag außergewöhnliche Materialien. Auf den folgenden Seiten findet Ihr eine kleine Auswahl meiner neuesten Projekte für Privat- und Geschäftskunden. Und Ihr erhaltet einen kleinen Eindruck meiner Arbeiten als Vollzeit-Agenturient vor NKFG.

Natürlich gibt es auch ein paar harte Fakten, gleich los geht's mit einigen Infos zu meinen wichtigsten Skills und einer kurzen Zusammenfassung meines Werdegangs.

Viel Spaß bei einer farbenfrohen Reise durch NKFGs Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

# JUST CHOOSE THE SUPERPOWER YOU NEED!!!

## LOGO-DESIGN

Die Entwicklung von Logos und Corporate Designs zählt zu NKFGs Lieblingsdisziplinen und hat deshalb im Portfolio-Bereich dieses Magazins auch gleich mehrere Seiten bekommen. >>>

## LAYOUT (InDesign)

NKFG liebt es, kreative Raster zu entwickeln und mit Leben zu füllen. Gute Beispiele dafür sind unter anderen die abwechslungsreiche Gestaltung dieses Magazins sowie die vielen unterschiedlichen Stile und Looks der darin aufgezeigten Arbeiten.

## BILDBEARBEITUNG (Photoshop)

Es heißt, ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Deshalb an dieser Stelle auch nur wenige Worte und ein Verweis auf die vielen Bilder und Visualisierungen dieses Magazins. Diese dürften ganz klar belegen: Photoshop ist mein Freund.

## DREH-ERFAHRUNG

It´s a wrap! Nach diversen TVCs und Kino-Spots für Suzuki Automobile Deutschland/International fühlt sich NKFG am Set wie zu Hause. Während der Imagekampagne Rock the Road sowie der Launch-Kampagnen für den Suzuki Swift Sport, Suzuki Alto und Suzuki SX4 Facelift hat er sogar im Storyboard-Format geträumt.

## DRUCKVORSTUFE

Back to basics. Druckvorstufe, Reinzeichnung, Druckplanung, Produktionshandling sowie Druckveredelung zählen durch die Ausbildung zum Mediengestalter und die Lehre in einer Druckerei zu NKFGs Roots und sind somit fester Bestandteil seiner Designer-DNA.

## KONZEPTION

Wenn es etwas mehr sein darf als nur schöne, bunte Bilder. Gute, kreative Ideen und deren Umsetzungen entstehen selten lediglich auf Basis von Feingeist und ästhetischem Empfinden. Vielmehr ergeben vernünftige Analyse, schlüssige Herleitungen und eine stimmige Strategie im Idealfall ein maßgeschneidertes Konzept und machen so aus einer schönen Idee ein starkes Produkt.

## ILLUSTRATION (Illustrator)

Ob Icons oder Grafiken, komplette Verpackungen, Aufrisse und Stanzformen oder die Illustration einer Magazin-Doppelseite im 8-Bit Retro-Look einer Spielekonsole der 90er Jahre – dank des geübten Umgangs mit dem Adobe Illustrator kein Problem.

## SHOOTING-ERFAHRUNG

Von der Idee bis an die Werkbank. Nicht nur entwickelt und geplant, sondern auch am Set umgesetzt und bis in die Litho gehandelt. Nach zahlreichen Kampagnen und Katalogen für Suzuki Automobile Deutschland/International (@100°) und die Porsche AG (@KeKo) sitzt NKFG auf dem Gebiet fest und routiniert im Sattel.

## FILMSCHNITT (Premiere)

Cuuut! Das wars jetzt? Naja fast. Denn Bewegtbildbearbeitung ist ebenfalls ein Teil von NKFGs Skillset. Dazu zählen das Schneiden, Editieren und Vertonen von Filmmaterial in Adobe Premiere ebenso wie das DVD-Authoring in Adobe Encore. Jetzt aber: Cuuut!

# WERDE GANG

## WAS BISHER GESCHAH

### Privat- und Geschäftskunden:

- apollo living GmbH | NAI Apollo Group
- CityLiving[One] | CityLiving[39]
- cSpot Fotografie
- Eat Fit | Fit Kitchen
- GVE | Galloways vom Eisenberg
- Hans Keller Photography
- Kanzlei Marcel Wölflinger
- Maislabyrinth Liederbach
- Mellow Yellow Cafe
- Showgirls Frankfurt | Schaubühne
- Sydpol Sylt
- X-Way Holding
- Zahnarztpraxis Padilla

### Agenturen:

- 029 | ZeroTwoNine
- 100° | Hundert Grad Kommunikation
- burnthebunny
- KeKo | Kemper Kommunikation
- MadKom | markenzeichen gruppe
- PINK CARROTS Communications
- SNOOK Frankfurt

### Weggefährten:

- Porsche | Suzuki Deutschland | Suzuki International Europe
- Berlin-Chemie | Glenmark Arzneimittel | Merck KGaA
- Allianz Dresdner Bauspar | Commerzbank | DZ Banken PricewaterhouseCoopers | Sparkassen
- Ferrero: Hanuta, Icegloo, Milch-Schnitte, Nutella, TicTac Drinking Ape | Rewe
- Cosnova: Essence Cosmetics | Spectrum Brands: Remington Procter & Gamble: Boss Skin, Hugo Boss, Hugo, Lacoste
- Canton | Diamantenmanufaktur Gebrüder Schaffrath Nokia: Vertu | Porsche Design
- Fit&Fun | Inline Unternehmensberatung Injoy Quality Cooperation
- Strombewegung

10/2014 – heute
Freier Grafikdesigner
Senior Art Director

09/2013 – 02/2014
Senior Art Director
Kemper Kommunikation GmbH

03/2009 – 08/2013
Senior Art Director
Hundert Grad Kommunikation GmbH

08/2007 – 02/2009
Art Director
Hundert Grad Kommunikation GmbH

05/2005 – 02/2007
Art Director
FHC Marketing GmbH

10/2002 – 04/2005
Junior Art Director
JD Druck GmbH

Normen Kraft, freier Grafikdesigner.

# PROJEKTE 014-019 >>>

#burgl

# GRAFIK-DIRNE

Substantiv, feminin | [ˈgra:fɪkˈdɪʁnə]

Dieser Facharbeiter erwirtschaftet seinen Lebensunterhalt durch die Vornahme freier, kreativer Handlungen gegen Entgelt.

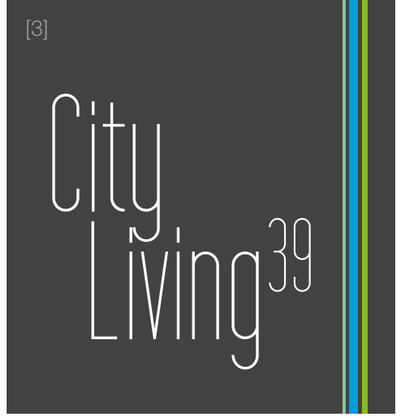
Das Repertoire dieses Spezialisten reicht oft von ordinären Techniken über extraordinäre Verbiegungen bis hin zu außergewöhnlichen und einfallsreichen Höhepunkten.

Weiterführende Informationen zum diesem Thema erhalten Sie unter *www.nkfg.de*

[1]

[2]

[3]




[4]

[5]

[6]

[8]

[9]

[7]

[10]

[11]

[12]

## NKFG LIEBT ABENTEUER

Die Entwicklung eines Logos ist jedes Mal eine spannende Angelegenheit und ähnelt ein wenig einer Reise oder gar einem Abenteuertrip. Es gilt immerhin eine ganze Welt zu entdecken und zu verstehen, um anschließend die Essenz des Ganzen in einer reduzierten Form aufs Papier zu bringen.

Die Ergebnisse sind natürlich ebenso unterschiedlich wie jede Erkundungstour und der folgende Destillierungsprozess selbst. Mal elegant, klassisch und fast ein wenig unnahbar, ein anderes Mal futuristisch, farbenfroh und voller Emotionen.

[1] **cSpot Fotografie** | Fotografin
[2] **Maislabyrinth Liederbach** | Escape-Event
[3] **CityLiving39** | Neubauprojekt
[4] **Pasta e Panini** | Italienisches Restaurant
[5] **NKFG** | Grafikdesigner

[6] **hunk** | Bekleidungsgeschäft für Männer
[7] **Kanzlei Marcel Wölflinger** | Steuerkanzlei
[8] **X WAY** | Investmentgesellschaft
[9] **Mighty Mainhattan Maniacs** | Sportverein

[10] **Mellow Yellow Café** | Café & Eventlocation
[11] **Fit Kitchen** | Low Carb Restaurant
[12] **x30** | Fahrzeugbadge

## HOCH HINAUS...

...ging es mit dem preisgekrönten Logo-Design für das neue Hochhaus-Ensemble FOUR im Herzen Frankfurts.

Die Grundidee zum Logo basierte auf der Tatsache, dass nicht nur das Großprojekt selbst aus vier Hochhäusern, sondern auch das Wort FOUR aus vier Lettern besteht. Diese Analogie ermöglichte es, eine ungewöhnliche Kombination aus Wort- und Bildmarke zu schaffen. So spiegelt die Visualisierung des Projektnamens nun auch die Silhouette des Gebäudeclusters wider und macht auf diese Weise ein relativ generisches Wort zum einzigartigen Eyecatcher.

Stil und Gestaltung des Logos leiten sich aus der typischen Formensprache des Architekturbüros UNStudio ab – runde, organische Formen werden dabei geradlinigen, geometrischen Winkeln und Kanten entgegengesetzt.

# CITY CHIC

Urban liegt im Trend. Dem zollen auch diese Materialien zur Vermarktung eines Neubauprojekts im Herzen von Frankfurts Nachbarstadt Bad Vilbel Tribut. Urbaner Lifestyle, Kleinstadtflair und Lebenslust stehen im Vordergrund.

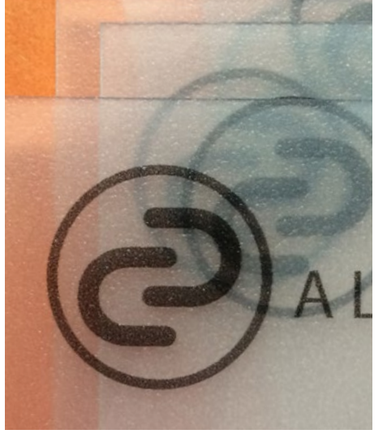
Dabei herausgekommen ist neben ansprechend gestalteten Bauplänen, stilvollen Flyern und aufmerksamkeitsstarken Bannern unter anderem auch eine zwölfseitige Broschüre mit allen Features des Projekts.

NKFG übernahm hier nicht nur die Konzeption und Gestaltung der Werbemittel, sondern entwickelte auch das Logo für „CityLiving39“ und die Illustrationen der Broschüre (zum Beispiel die Übersichtskarte unten rechts).

## SONDERBAR EXZENTRISCH

Diese kleine Imagekampagne hatte das Ziel, dem etwas in die Jahre gekommenen Image der Bar Eccentric ein neues, frisches Gesicht zu verpassen. Wie sich jedoch herausstellte, war es mit lediglich einem Gesicht nicht getan. Das neue Key Visual spiegelt nun alle Facetten der Kultbar wider, zelebriert deren Eigenarten und macht dem Namen Eccentric somit alle Ehre. Diversity rulez!

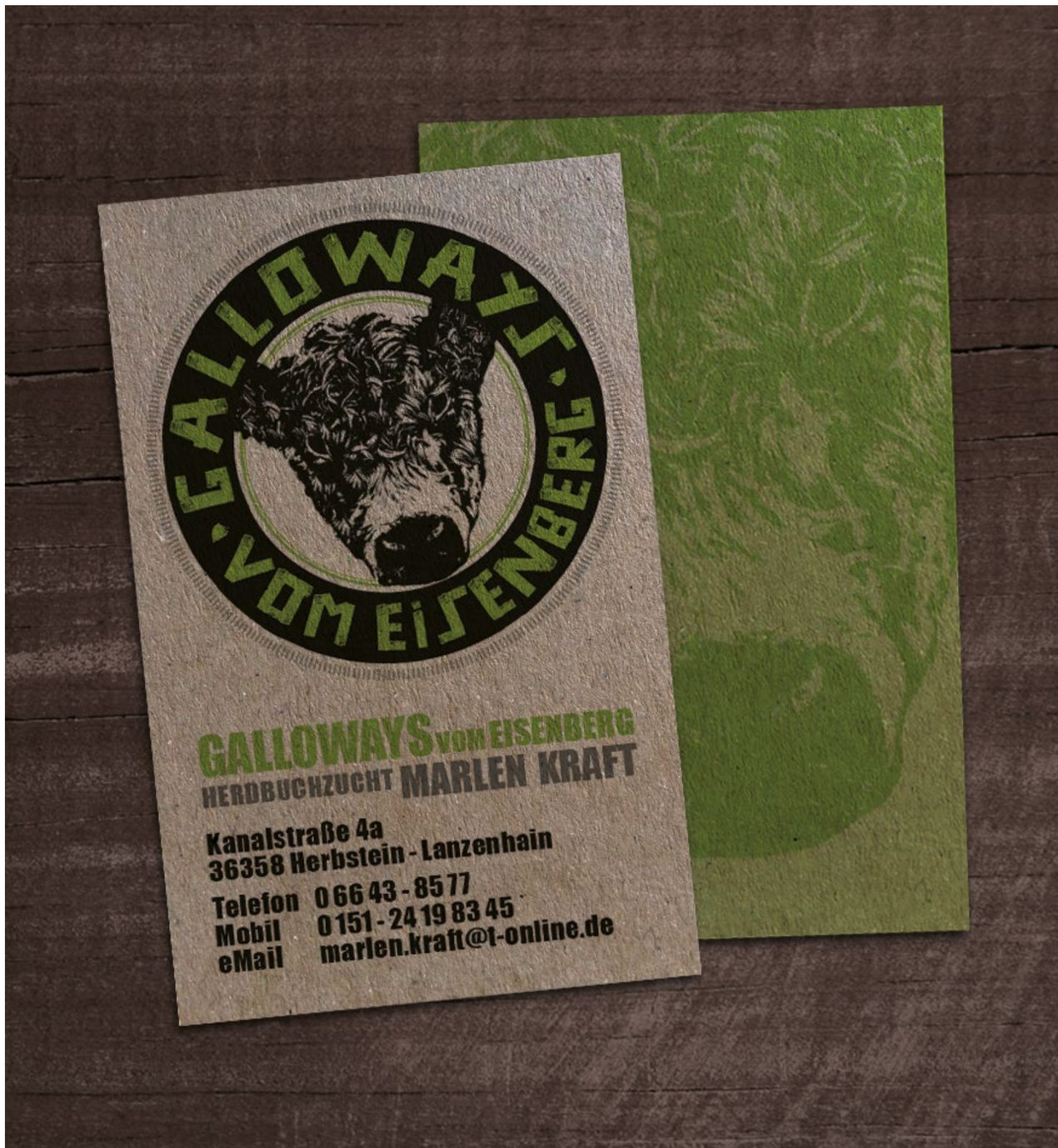
Das zweite Beispiel zeigt die Event-Kommunikation zum großen Saisonfinale 2016, der Flower Power Silvester-Party.



## SPÜRBARER MEHRWERT

Wie bereits erwähnt, steht NKFG nicht nur auf Bunt, sondern auch auf ausgefallene Materialien. Ob semi-transparentes Priplak, Designpapier mit Wabenprägung, Pappe mit Perlmutteffekt oder recyceltes Naturpapier mit charakteristischer Struktur: Solange Farbe darauf hält, wird es von NKFG auch bedruckt.

Auf diese Weise erhält jeder Auftrag den passenden Feinschliff und eine persönliche Note. Aus einfachen Werbemitteln werden so hochwertige Druckprodukte mit Charakter und Seele. Die Materialwahl unterstützt das Image des jeweiligen Unternehmens und macht es im besten Falle sogar spürbar.



# PIXEL-DEALER

Substantiv, maskulin | [ˈpɪksl̩diːlər]

Ein freier Händler von kreativen Produkten wie konzeptionellen Trips, farbenfrohem Designerstoff oder emotionalen Höhenflügen durch INDDs oder PSDs.

Dabei ist die kleinste erwerbliche Dosis im umfangreichen Sortiment dieses Geschäftsmanns der digitale Bildpunkt, in Insiderkreisen besser bekannt als Pixel.

Weiterführende Informationen zum diesem Thema erhalten Sie unter *www.nkfg.de*

Normen Kraft als Senior Art Director bei 100°

100

PROJEKTE bis 014 >>>

#festanstellung

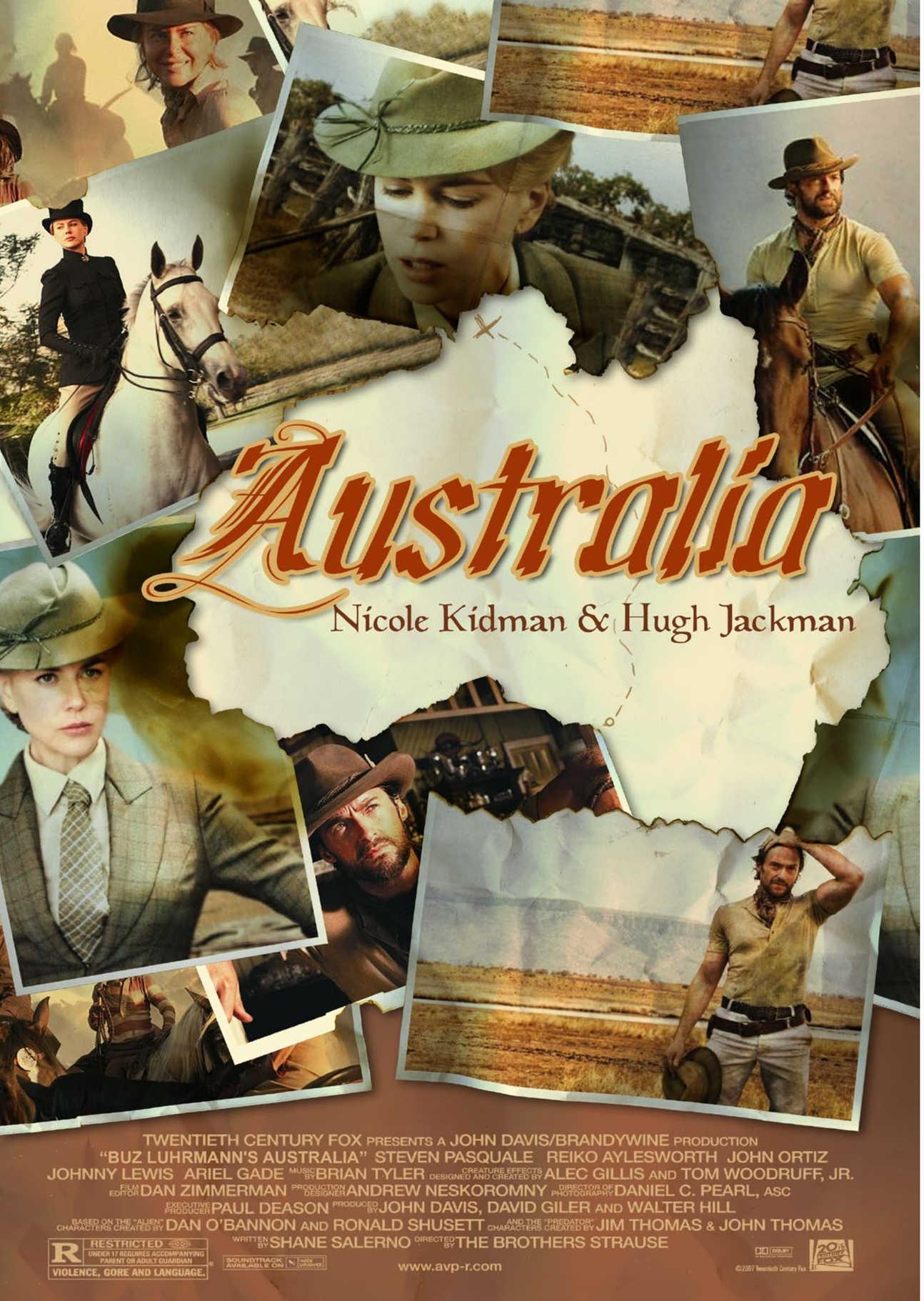
# GESCHÄFTSBERICHT DER ALLERGRÖSSTEN, KLEINEN VISIONÄRE

Dass Geschäftsberichte nicht gerade zur spannendsten und abwechslungsreichsten Lektüre zählen, dürfte sich mittlerweile herumgesprochen haben. Umso größer war deshalb der Ansporn, einmal aus einer neuen Perspektive an das Thema heranzugehen.

Im Endeffekt wissen wir schon von klein auf, was wir uns am sehnlichsten wünschen. Die von uns im Kindergarten geschaffenen Kunstwerke visualisieren sehr früh unsere Idealvorstellungen vom Leben. Immer mit von der Partie: Mama, Papa, Kinder und ein Haus, auf das die Sonne scheint.

Okay – bei Mädchen kommt gegebenenfalls noch ein Pony mit lustigen Beinen dazu, aber das ist alles in allem unser Traum vom Leben. Gut, dass uns die Allianz Dresdner Bauspar AG dabei helfen kann, diesen Traum zu verwirklichen.

Das Lesezeichen des Geschäftsberichts ist eine Decoder-Folie, mit der – über die entsprechenden Zeichnungen gelegt – die Zukunftsvisionen hinter dem nur vermeintlich inhaltslosen Kindergekritzel offenbar werden.



# ABENTEUER, LIEBE, KRIEG – ETWAS POPCORN UND EIN PITCH

Ende 2008 brachte 20th Century Fox Baz Luhrmanns Melodram Australia mit Nicole Kidman und Hugh Jackman in die Kinos. Die abenteuerliche Liebesgeschichte spielt in Australien im Jahr 1939 vor dem beginnenden Zweiten Weltkriegs. Um ihre Existenz zu retten, müssen Sarah (Nicole Kidman) und Drover (Hugh Jackman) auf einer gefährlichen und entbehrungsreichen Reise Australien durchqueren.

Um das zentrale Thema Vergänglichkeit und seine dramatischen Aspekte zu visualisieren und den Film als historische Erzählung zu verorten, wurden Retro-Fotoaufnahmen der Protagonisten angesengt, zerknittert und beschmutzt. Die Konturen der angesengten Fotos ergeben die Umrisse des australischen Kontinents.

Auf den Screen klicken
und einfach mitrocken!

# EINFACH MEHR WAGEN: DER NEUE SWIFT SPORT ROCKT!

Das Flaggschiff der Suzuki-Flotte, der Swift Sport, ist zurück. Und wie es sich für eine Galionsfigur gehört, taucht er nicht klammheimlich auf, sondern mit ordentlich viel Tamtam, Getöse und Krach.

Die Print-Anzeige und der TV-Spot sind da natürlich nicht die einzigen Werbemittel, jedoch ein gutes Beispiel für den Look and Feel einer Einführungskampagne, die rockt. Dabei habe ich von der Konzeption über die Filmdrehs und Shootings hin bis zu den Print-Layouts alle Arbeitsschritte maßgeblich beeinflusst und war auch an ihrer Umsetzung beteiligt.

# Farbe satt …

## DARF'S EIN WENIG MEHR SEIN!?

Mehr bunte Bilder, weitere Arbeitsproben und Details zur Gestaltung findet Ihr unter den folgenden Kontaktdaten. Auch Buchungs- oder Terminanfragen für ein persönliches Gespräch werden jederzeit gern entgegengenommen.

*Normen Kraft, freier Grafikdesigner.*
*Friedberger Anlage 29*
*60316 Frankfurt am Main*

*call:* *0160 44 84 855*
*mail:* *nkfg@me.com*
*surf:* *nkfg.de*
*facebook.com/goNKFG*
*instagram.com/_nkfg*

Say
Yeah!
summer & autumn
019
4.1 - The
Update
Issue