Wir sind Kommunikationsdesigner.

Wir geben Ihren Inhalten die richtige Form.

Wir helfen Ihnen, Informationen treffend, verständlich und medienübergreifend zu kommunizieren.

Wir entwickeln Ideen, erfinden Geschichten, schaffen Gestaltungswelten und glauben an die Überzeugungskraft guter Gestaltung.

Und dabei haben wir eine Menge Freude.

Wir machen Design

Unsere Stärke ist die Entwicklung von kreativen und spannungsvollen Konzepten, die wir für kleine und große Auftraggeber aus Wirtschaft und Kultur realisieren.

Immer mit der Motivation, nicht Medien, sondern Emotionen zu gestalten, liegt unser Schwerpunkt in der Entwicklung von alle fünf Sinne ansprechenden Produkten.

Ihre Ansprechpartnerin Yvonne Niewerth, Diplom-Designerin

Gestaltungskompetenz durch das Studium Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Düsseldorf.

Gestaltungsschwerpunkt in den Bereichen Editorial, Packaging und Corporate Design.

Fokus auf Gastronomie- und Food-Kommunikation, gepaart mit einem Faible für schöne Bücher und ausdrucksstarke Typografie.

Umfangreiche Erfahrung in den Bereichen Food- und Buchgestaltung
Seit über 11 Jahren als Designerin tätig, dadurch umfängliche Projekterfahrung im Editorialbereich, sowie im Verpackungsdesign für diverse Marktführer.

Erfolgreiche Buchautorin
Die selbständig konzipierte, geschriebene und gestaltete Buchreihe **Mein Buch** zählt derzeit über 37.000 verkaufte Exemplare.

„Ausgezeichnete“ Designerin
Das Buchprojekt mit dem Titel **formvollendet**, erhielt mehrere Auszeichnungen, darunter
- Nominiert für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2005
- iF award für exzellentes Design
- Die Schönsten Schweizer Bücher 2005

Plus Kreativkollektiv

Wir bauen auf die umfangreichen Fähigkeiten eines Kreativkollektivs. Je nach Erfordernis kann so das passende Team entstehen, das hohe Designqualität und fachliche Expertise vereint.

Christian Boesser
Corporate Design, Editorial Design, Web Design

Sebastian Michailidis
Motion Design, Interactive

Nicole Fink
Kommunikation, Text

Markus Döge
Photography

Inhalt Fragen der die das Tagesgeschehen, die eigene Persönlichkeit oder das Umfeld betreffen helfen, verborgene Gedanken zutage zu fördern. Sie ermutigen den Leser (und Schreiber), sich über bestimmte Aspekte in seinem Leben bewusst zu werden und herauszufinden, wer er ist und was in ihm vorgeht.

Gestaltung Gestalterisch reduziert lassen die Fragen viel Raum für Kreativität und eigene Gedanken. Die individuell typografisch inszenierten Fragen verführen dazu, seine Ideen und Gedanken zu notieren.

Schrift American Typewriter

Grafische Elemente Typografische Zeichen, Linien

Farbe schwarz

Ausstattung Fester Leineneinband, Heißfolienprägung, zwei Lesebändchen

Seiten 240

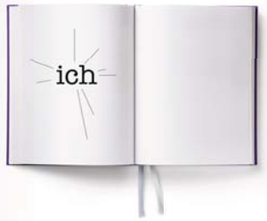
Auflage 5

ISBN 978-3-8363-0228-9

Erschienen 2010

Verlag Sanssouci im Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

25.000 verkaufte Exemplare!



Inhalt Innerhalb von fünf Kapiteln wird der Leser durch einen strukturierten Prozess geführt, durch den er zunächst sich selbst und dann seine Wünsche entdeckt, um diese schließlich zu verwirklichen.

Gestaltung In Anlehnung an Band #1 findet der Leser wieder Linien, Grafiken und Eintragefelder, die ihn zu seiner Wunscherfüllung führen.
Ein kurzer Text oberhalb jeder Doppelseite erklärt den Hintergrund der Frage.

Schriften Courier New, AT Zapf International

Grafische Elemente Linien, Kreise und Punkte, (konzentrische) Verläufe

Farbe schwarz, magenta

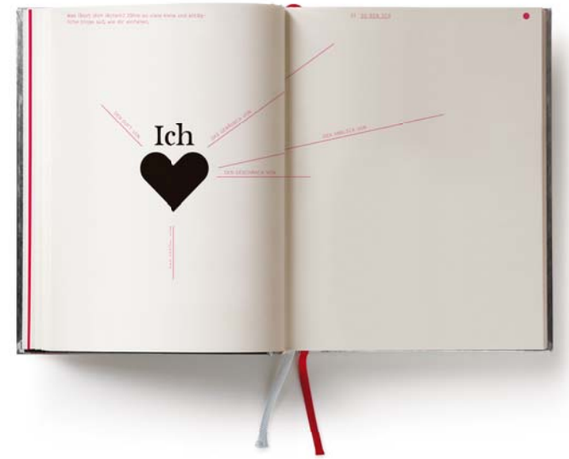
Ausstattung Fester Spiegelfolieneinband, zwei Lesebändchen

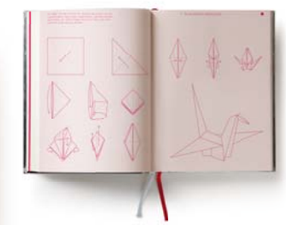
Seiten 240

ISBN 978-3-8363-0248-7

Erschienen 2010

Verlag Sanssouci im Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG





Inhalt Philosophische und alltägliche, die Liebe betreffende Fragen führen durch dieses Buch, das man allein oder auch gern zu zweit befüllen darf.

Gestaltung Um mit dem Klischee der roten Farbe bei Liebesbüchern zu brechen, erhielten die Inhaltsseiten einen blass petrolfarbenen Hintergrund. Die aufsteigende Diagonale zieht sich als wiederkehrendes Gestaltungselement durch.

Schriften Belizio, Avenir

Grafische Elemente Linien, Diagonalen, Wolkenbilder, Kalligrafie, Herzengrafiken

Farbe schwarz, petrol

Ausstattung Fester Satineinband, Heißfolienprägung, zwei Lesebändchen

Seite 240

ISBN 978-3-8363-0272-2

Erscheinen 2011

Verlag Sanssouci im Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

Inhalt Ein Lesebuch, bestehend aus literarischen Texten unterschiedlichster Gattungen, die allesamt ideelle Werte thematisieren.

Gestaltung Jeder einzelne Text wurde eigens seinem Inhalt gemäß typografisch inszeniert. Durch das Wechselspiel zwischen zeitgemäßer Typografie und antiker Buchgestaltung entsteht ein im Wortsinn »wertvolles« Buch.

Schriften Plantin, Corporate S

Farbe schwarz, purpur, gold

Ausstattung Fester Einband, Gold- und Blindprägung, Lesebändchen

Seiten 216 Seiten

Entstanden als freie Arbeit

Inhalt formvollendet ist ein Lehrbuch für Gestalter, in dessen Mittelpunkt mathematisch definierte zwei- und dreidimensionale Formen als Gestaltungsgrundlage für dreidimensionale Objekte stehen. Es ist aber auch ein Nachschlagewerk, in dem man nicht nur eine Menge von Formen findet, die mathematisch beschreibbar und deshalb reproduzierbar sind, sondern auch Werkzeuge und Anregungen zum Finden von Formen, die stimmig sind.

Gestaltung In Anlehnung an die durch Bauhaus inspirierte reduzierte Typografie lebt das Layout von seinem übersichtlich-sachlichen Aufbau.

Schriften Futura

Grafische Elemente Fotografien, Zeichnungen

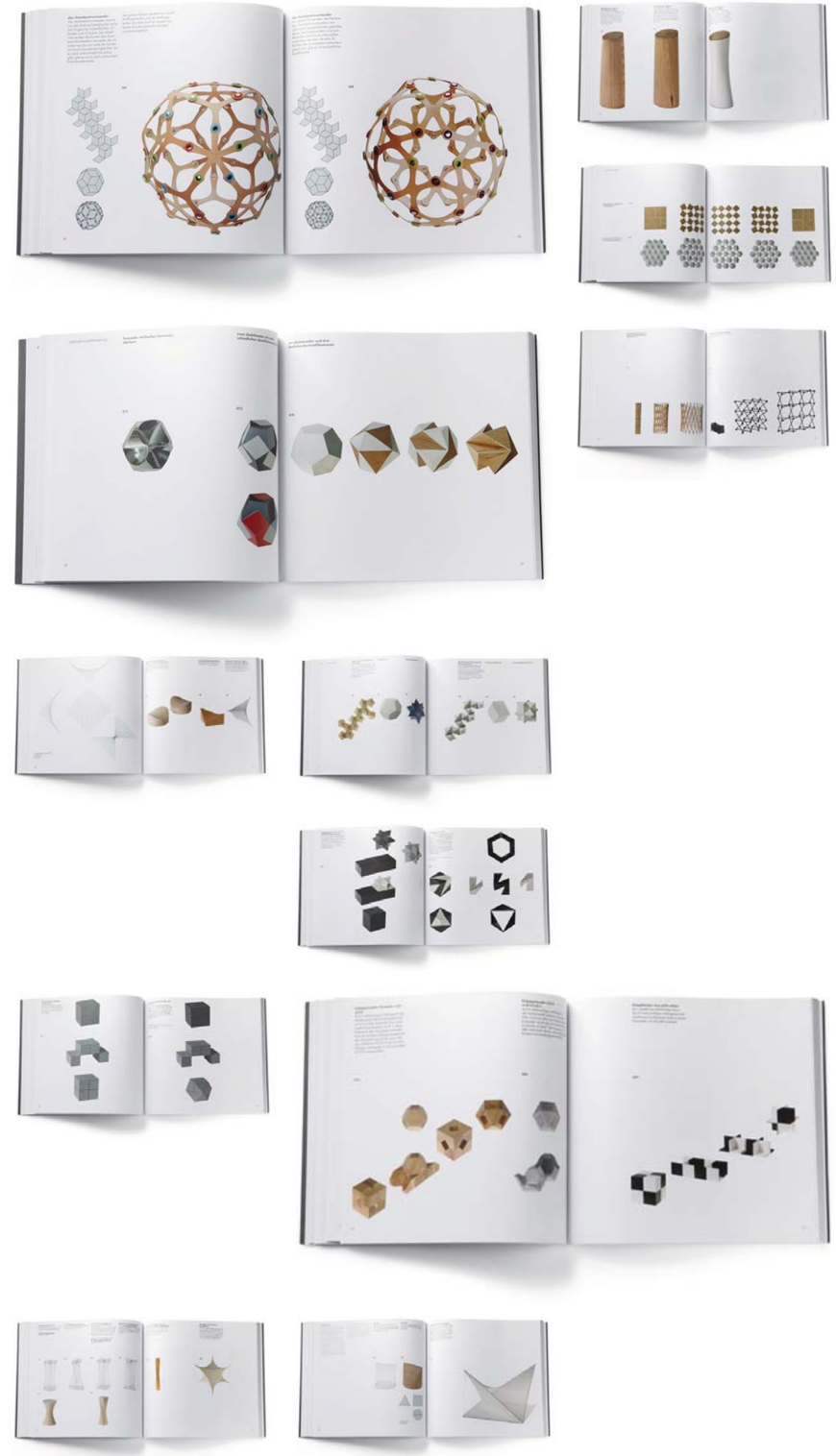
Ausstattung Broschiert

Seiten 164

ISBN 978-3721205510

Erschienen 2005

Verlag Niggli



product design award 2005

DESIGNPREIS 2005 NOMINIERT

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

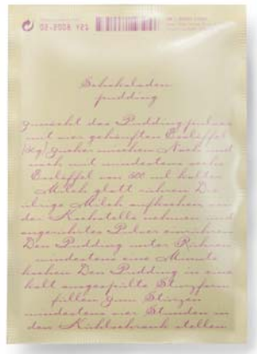
Inhalt Studie zur visuellen Identität im Hinblick auf Zielgruppenansprache.

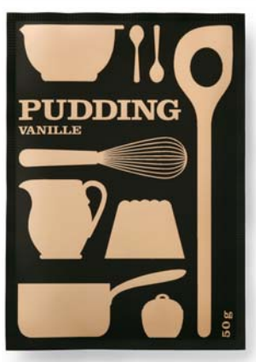
Anhand des immer selben Medium wird die Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten und das immense Potential zur Profilschaffung aufgezeigt.

Konzept Der Mensch kauft nicht mehr das, was er benötigt, sondern das, was seinem Selbstbild entspricht. Der Inhalt des Einkaufswagens wird Spiegel der Identität. Eine Puddingtyte für jeden Puddingtypen.

Format 12 x 17 cm

Auszug





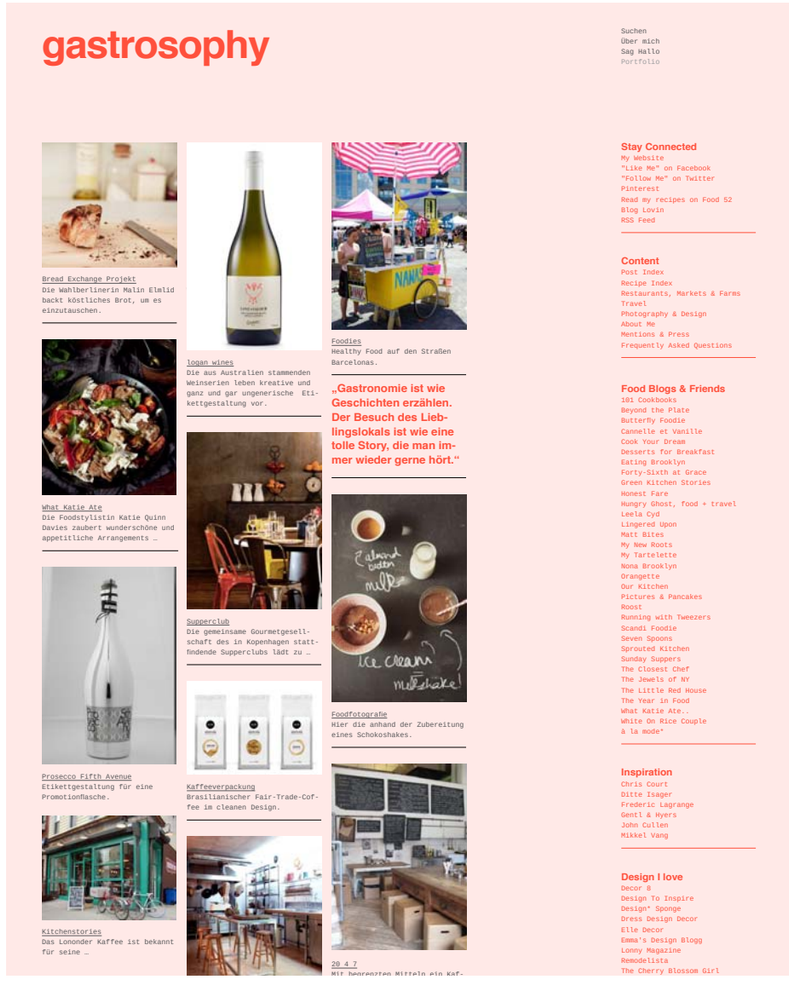
Konzept Gastrosophy (*Die Kunst, die Tafelfreude mit Weisheit zu geniessen.*) ist ein Blog, der sich mit Trends und Entwicklungen rund um das Thema Essen auseinandersetzt.

Inhalt
Esskultur
Präsentation
Bewirtung
Restaurants
Küchen
Küchengeräte
Kochbücher
Rezepte
Foodfotografie
Foodstyling
Verpackungen
Ernährung
Lebensmittel
…

Schrift Courier New, Helvetica Neue

Launch Voraussichtlich Ende November 2011

www.gastrosophy.de



Die Gestaltung spielt mit den Farben der britischen Flagge, sowie einem 60’s Muster, eine Andeutung an »Swinging London« der 1960er Jahre, einer Zeit, in der die Mode- und Kulturszene Londons aufblühte.

Schrift Futura

Entstanden als freie Arbeit

Bei der Durchführung aller Projekte begleiten wir unsere Auftraggeber durch einen strukturierten Designprozess, der konzeptionelle Stärke, strategische Perspektive und hohes Designniveau vereint.

Dabei haben wir unser Ziel – das Schaffen von passgenauer und eigenständiger visueller Kommunikation – immer im Blick.

Der Designprozess umfasst die folgenden vier Schritte:

01 Audit / Recherche
Am Anfang steht die Bestandsaufnahme Ihrer Situation.

Wir hören Ihnen sehr bewusst zu und gewinnen durch eine breite Recherche Klarheit und tiefgehendes Verständnis von der kommunikativen Aufgabe.

02 Konzept
Im diesem Schritt entwickeln wir aus den Erkenntnissen der analytischen Vorarbeit ein fundiertes Konzept.

Das Konzept bildet die Grundlage für die Gestaltung und ist richtunggebend für die folgende Designentwicklung.

03 Design
Die Hauptetappe – wir schaffen die passende visuelle Übersetzung der konzipierten Strategie.

Unser Anspruch dabei ist die Kreation eines treffenden, spannenden und eigenständigen Entwurfs.

04 Kommunikation
Auf der Zielgeraden machen wir uns daran, den Entwurf zu verwirklichen.

Jetzt wird das Design greifbar gemacht und in jeder Dimension umgesetzt.

yvonne
niewerth

0211. 46 87 95 99
& 0177. 632 93 84
kirchfeldstraße 112
40215 düsseldorf
mail@yvonneniewerth.de
www.yvonneniewerth.de

© Yvonne Niewerth, 2011