

ANDREW
FYNNECON-
TRY-DEBANNA

KAMPAGNE

HOMANN

NEU

Schlemmerfisch

Heringsfilets in mediterraner Tomaten-Sauce

besonders zarte Filets mit knusprigem Gemüse

✓ ohne Zusatz von Konservierungsstoffen 150g

NORDSEE
Qualitätsgarantie
Quelle: Nordsee

Für alle, die Fisch lieben!

HOMANN

HOMANN

NEU

Schlemmerfisch

Alaska Seeaachfilets in fruchtiger Ananas-Curry-Sauce

produziert geschmacklich, Fett und Kalorien über

✓ ohne Zusatz von Konservierungsstoffen 150g

NORDSEE
Qualitätsgarantie
Quelle: Nordsee

Für alle, die Fisch lieben!

HOMANN

HOMANN

NEU

Schlemmerfisch

Lachsfilets in pikanter Honig-Dill-Soß-Sauce

produziert geschmacklich, Fett und Kalorien über

✓ ohne Zusatz von Konservierungsstoffen 125g

NORDSEE
Qualitätsgarantie
Quelle: Nordsee

Für alle, die Fisch lieben!

HOMANN



Jetzt laufen die besten TV-Serien und Filme auf bis zu 5 Geräten gleichzeitig.
Hol' dir jetzt den Stream für nur 9,99 Euro/Monat auf www.zaOza.de.

ZAOZA
So läuft das heute.



Jetzt laufen die besten TV-Serien und Filme auf bis zu 5 Geräten gleichzeitig.
Hol' dir jetzt den Stream für nur 9,99 Euro/Monat auf www.zaOza.de.

ZAOZA
So läuft das heute.



Jetzt laufen die besten TV-Serien und Filme auf bis zu 5 Geräten gleichzeitig.
Hol' dir jetzt den Stream für nur 9,99 Euro/Monat auf www.zaOza.de.

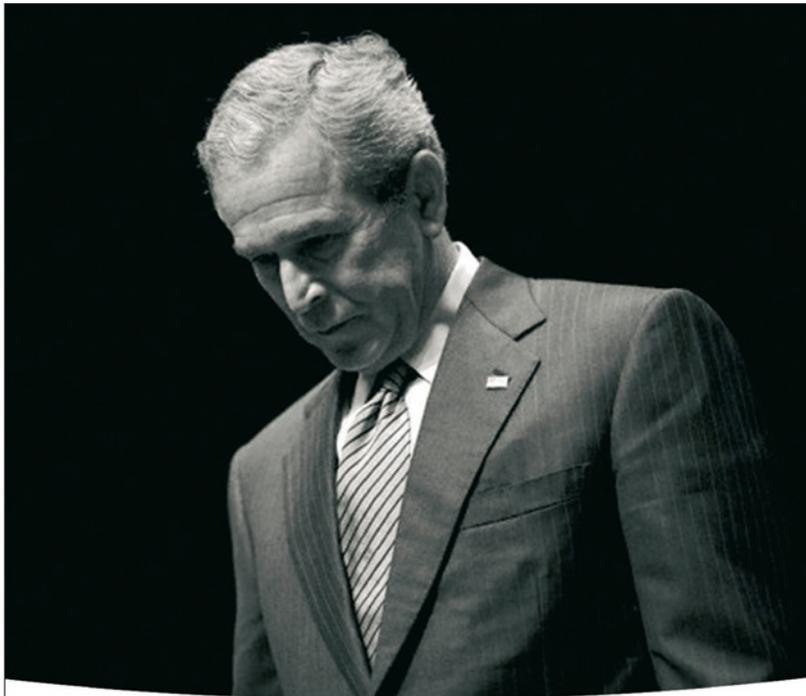
ZAOZA
So läuft das heute.

ab:zOza.www für denM\oTus 88,9 tun für meerd neb dteit ib' foh
gltatnditig, nectred e ur sid für amit hnt nectred-TV nectred ab nctred dteit

so läuft das heute.

zaoza . watchever @Die Botschaft Berlin
Kampagne . Pitch

zaoza . watchever @Die Botschaft Berlin
Kampagne . Pitch



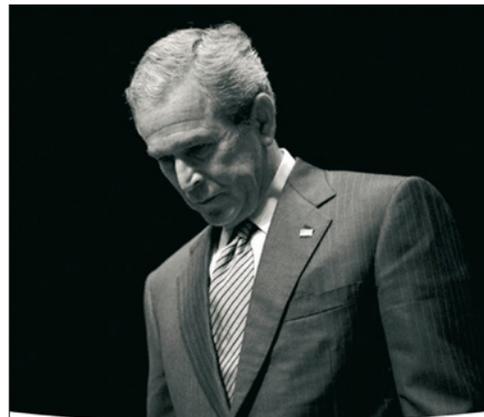
WEIL ES GENUG MENSCHEN GIBT, DIE, DIE WEIT IN S/W SEHEN.

MULTI COLOUR POWER TO THE PEOPLE.



Die neuen Farblaser-Multifunktionscenter von Brother.
4 in 1. Drucken, kopieren, scannen, faxen.

brother.



WEIL ES GENUG MENSCHEN GIBT, DIE, DIE WEIT IN S/W SEHEN.

MULTI COLOUR POWER TO THE PEOPLE.



Die neuen Farblaser-Multifunktionscenter von Brother.
4 in 1. Drucken, kopieren, scannen, faxen.

brother.



WEIL ES GENUG MENSCHEN GIBT, DIE, DIE WEIT IN S/W SEHEN.

MULTI COLOUR POWER TO THE PEOPLE.



Die neuen Farblaser-Multifunktionscenter von Brother.
4 in 1. Drucken, kopieren, scannen, faxen.

brother.

plouker

plouker

plouker





EACH ONE
TEACH ONE E.V.

BLACK OUR STORY MONTH 2024

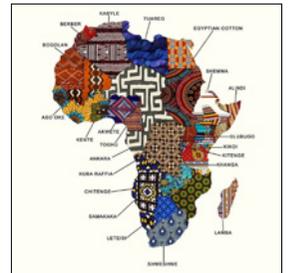
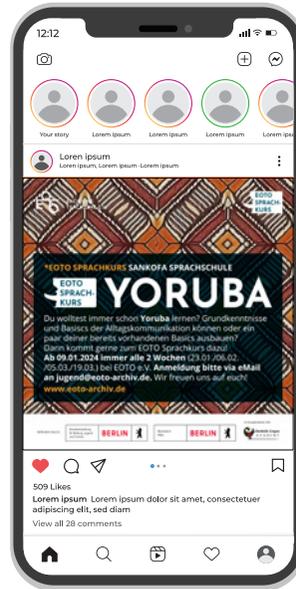


BLACK OURSTORY MONTH 2023/24 . LOGO-DESIGN . KAMPAGNE





EOTO SPRACH- KURS

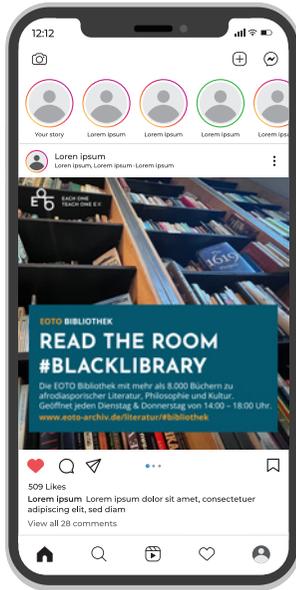


Each One Teach One (EOTO) e.V.

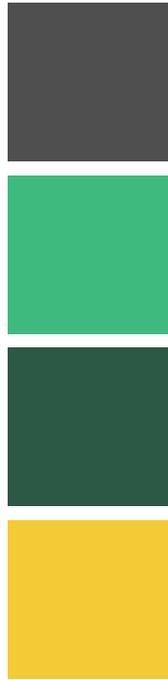
Markenführung . PR . Logo-Design . Kampagnen . Social Media



RADICAL REST AND LISTENING EXPERIENCE . IDEA . LOGO-DESIGN . KAMPAGNE



MARKE

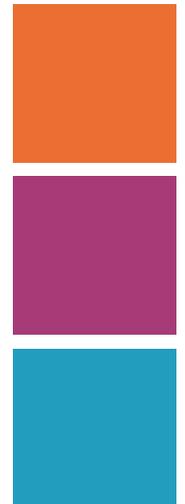


PRIMARY

Fokus auf drei Farben als Primärfarben
im Corporate Design. Gelb als Akzentfarbe

SECONDARY

Nutzung weiterer Farben als
Sekundärfarben im Corporate Design

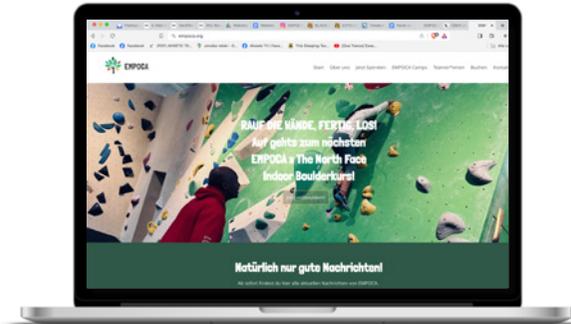




ZITATE . KAMPAGNE

JUBILÄUM . KAMPAGNE





WAS IHR NICHT SEHT @Freelance

Logo . Claim . Corporate Identity . Corporate Design



WAS IHR NICHT SEHT
Hinsehen » Handeln » Helfen



WAS IHR NICHT SEHT

NEUE HAAS GROTESK BOLD & ROMAN

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
01234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
01234567890

ITC Garamond Std Light Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
01234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
01234567890

DAS GRID SYSTEM

Der Gestaltungsraaster, auch der typografische Raaster, das Raster-system oder auf Englisch auch Grid genannt, ist ein Ordnungssystem in der visuellen Kommunikation, das als Hilfskonstruktion die Organisation von grafischen Elementen auf einer Fläche oder in einem Raum erleichtert.

Ein Gestaltungsraaster wird zur visuellen Problemlösung diverser Aufgaben verwendet. Er soll eine planerische Geschlossenheit mit Transparenz und Klarheit in einer gestalterischen Ordnung gewährleisten, was das Erfassen von Inhalten fördert. So kann nicht nur schneller und einfacher gelesen werden, sondern Information können auch besser verstanden werden.



WAS IHR NICHT SEHT

Posts	Print/Poster	Stationary	Print/Package	Online	Posts
<p>„Zu Schulzeiten hat mein Sozialkundelehrer ständig behauptet, dass mein Vater, der aus Mosambik kommt, ein Afro-ameri-kaner sei. Er wollte immer mit mir herumdiskutieren.“</p> <p>Nach längerem Versuch ihn davon zu überzeugen, dass seine Annahme falsch sei, habe ich es aufgegeben.“</p> <p><small>Papa Schwarz . Mosambik Mama Weiß . Deutschland</small></p>	<p>MARKENNAME Headline. Subline. Anschrift . Kontakt- daten</p> <p>(ZITAT) „Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein.“</p> <p>Absender . Positionierung Verortung</p>	<p>Name . Anschrift . Kontakt-daten MARKENNAME</p> <p>(BRIEFTEXT) Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein. Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich des-halb ein schlechter Text?</p>	<p>MARKENNAME Headline. Subline. Anschrift . Kontakt- daten</p> <p>(ZITAT) „Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein.“</p> <p>Absender . Positionierung Verortung</p>	<p>Marken-Konzept: Hinsehen » Handeln » Helfen WAS IHR NICHT SEHT</p>	<p>Marken-Konzept: Hinsehen » Handeln » Helfen WAS IHR NICHT SEHT</p>



Marken-Konzept: Hinsehen » Handeln » Helfen
WAS IHR NICHT SEHT

Andrew Fynecontry-de Bana

Typografische Hierarchie



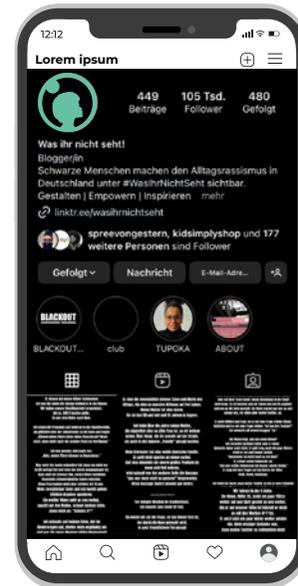
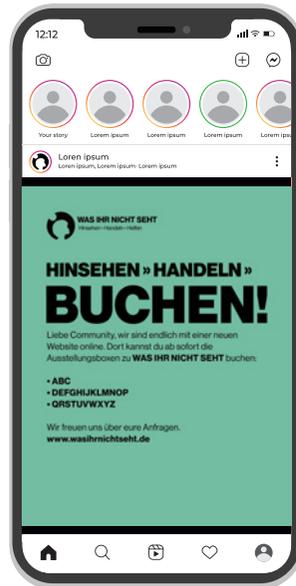
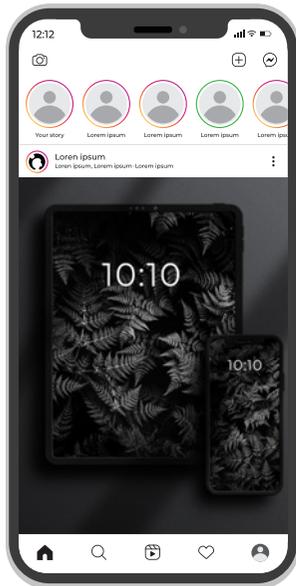
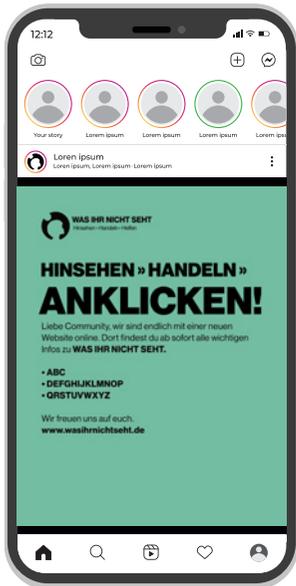
People of note:
Dominik Lucha
Shelly Pantelidis
Programmierer Y



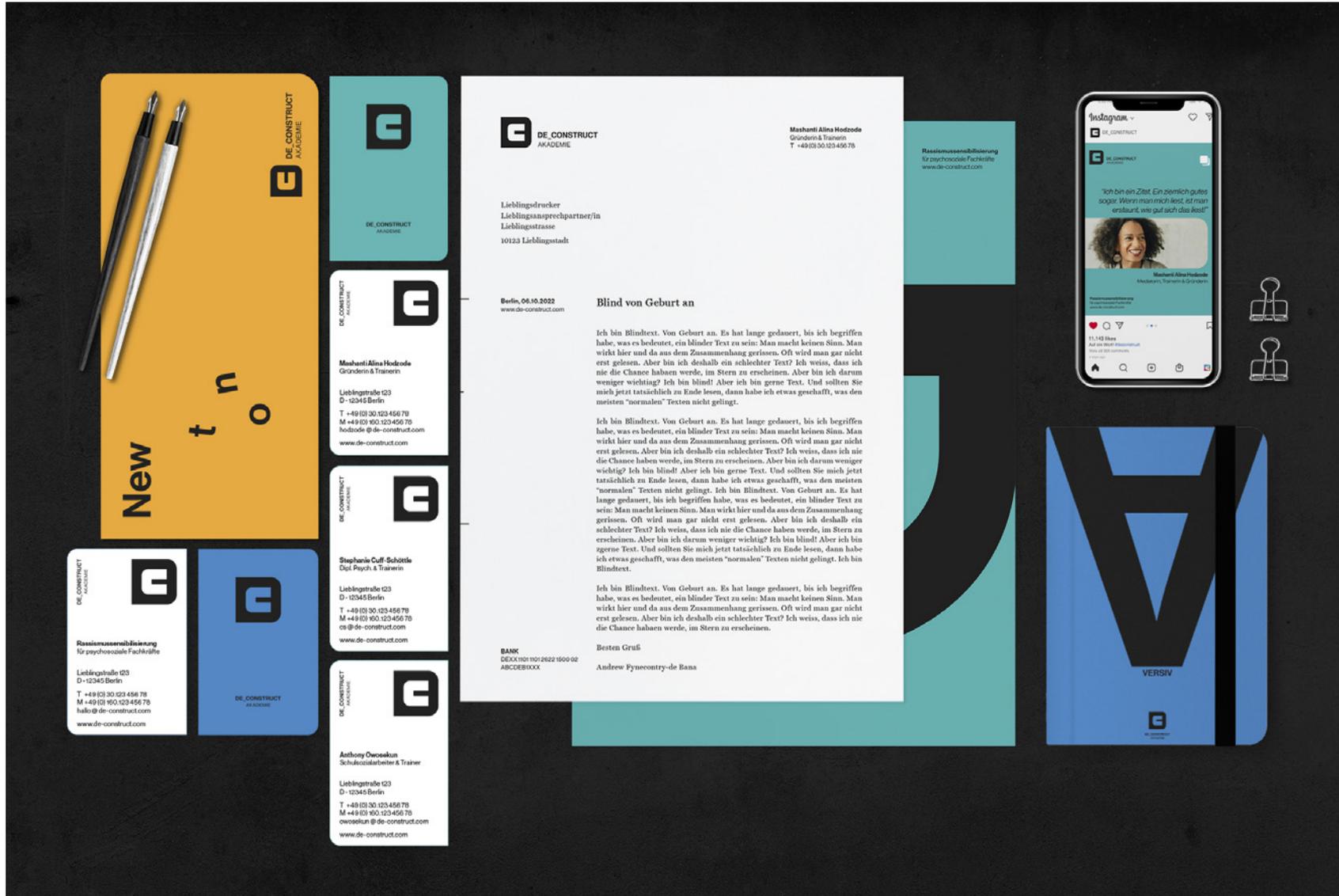
WAS IHR NICHT SEHT
Hinsehen » Handeln » Helfen



WAS IHR NICHT SEHT . CORPORATE DESIGN







New t n o

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

Rassismusembildnerung für psychosoziale Fachkräfte

Lieblingsstraße 123
D-12345 Berlin

T +49 (0) 30 123 456 78
M +49 (0) 160 123 456 78
hallo@de-construct.com
www.de-construct.com

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

Mashanti Alina Hodzode
Gründerin & Trainerin

Lieblingsstraße 123
D-12345 Berlin

T +49 (0) 30 123 456 78
M +49 (0) 160 123 456 78
hodzode@de-construct.com
www.de-construct.com

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

Stephanie Cuff-Schötle
Dipl. Psych. & Trainerin

Lieblingsstraße 123
D-12345 Berlin

T +49 (0) 30 123 456 78
M +49 (0) 160 123 456 78
cs@de-construct.com
www.de-construct.com

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

Anthony Oweokun
Schulsozialarbeiter & Trainer

Lieblingsstraße 123
D-12345 Berlin

T +49 (0) 30 123 456 78
M +49 (0) 160 123 456 78
oweokun@de-construct.com
www.de-construct.com

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

Mashanti Alina Hodzode
Gründerin & Trainerin
T +49 (0) 30 123 456 78

Rassismusembildnerung für psychosoziale Fachkräfte
www.de-construct.com

Lieblingsdrucker
Lieblingsansprechpartner/in
Lieblingsstrasse
10123 Lieblingstadt

Berlin, 06.10.2022
www.de-construct.com

Blind von Geburt an

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiss, dass ich nie die Chance habaen werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten "normalen" Texten nicht gelingt.

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiss, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten "normalen" Texten nicht gelingt. Ich bin Blindtext.

Ich bin Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wirkt hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiss, dass ich nie die Chance habaen werde, im Stern zu erscheinen.

Besten Gruß
Andrew Fynecontry-de Bana

BANK
DE33 101 101 2022 1500 02
ABCDEFXXXX

Rassismusembildnerung für psychosoziale Fachkräfte
www.de-construct.com

Instagram

DE_CONSTRUCT AKADEMIE

"Ich bin ein Zitat. Ein ziemlich gutes sogar. Wenn man mich liest, ist man erstaunt, wie gut sich das liest!"

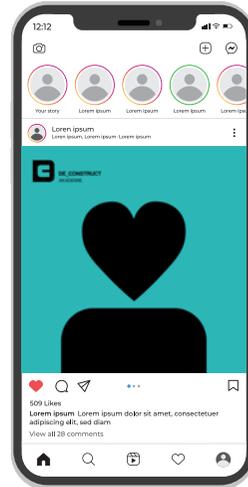
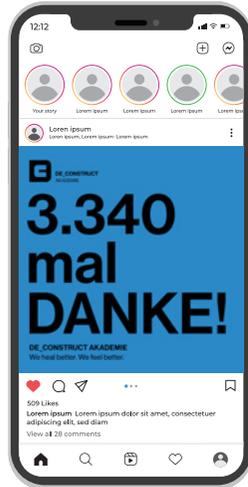
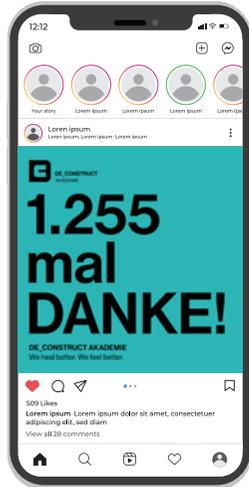
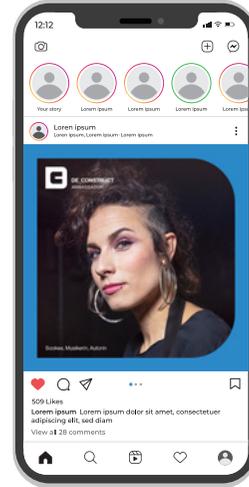
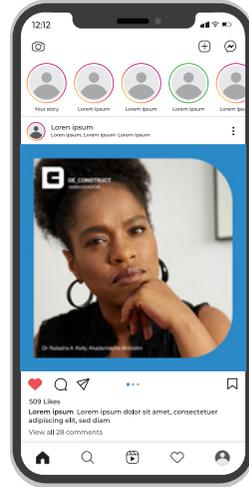
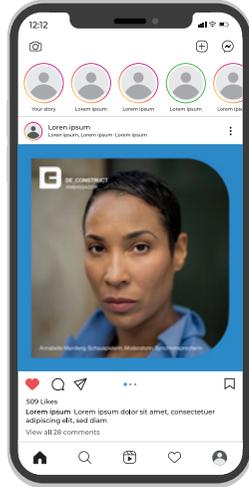
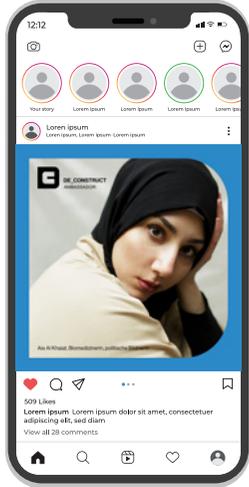
Mashanti Alina Hodzode
Moderatorin, Trainerin & Gründerin

Rassismusembildnerung für psychosoziale Fachkräfte
www.de-construct.com

11.148 Likes
Auf dem Weg Absoluter
König der Könige

VERSIV

DE_CONSTRUCT AKADEMIE



**SCHULE
GEGEN
RASSISMUS**

Absender



Adressat



SCHULE GEGEN RASSISMUS



GILBERT BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

01234567890

aaa bbb ccc ddd eee

AAA BBB CCC DDD EEE

SCHULE
GEGEN
RASSISMUS

Fokus

SCHULE FÜR
VIELFALT

BLACK DADS GERMANY @Co-Founder

Markenentwicklung . Logo . Corporate Identity . Corporate Design . Markenführung . Kampagnen

B **BLACK**
DADS
GERMANY

CONNECT – EMPOWER – CELEBRATE

B Brand Standards Map

Version 1.0

1.0 Signet

1.1 Unternehmensmarke



1.2 Unternehmensmarke Variationen (Projekte)



1.3 Signet Farbvarianten - Sonderfälle



1.4 Unternehmensmarke Variation sekundär (ohne Claim)



1.5 Do's and Don'ts



2.0 Farben

Primärfarben



Sekundär



Signalfarbe



Hallo BLACK DADS GERMANY!

Dies ist eure Corporate Identity oder kurz CI (von engl. corporation für „Gesellschaft“, „Firma“ und identity für „Identität“). Die CI ist die Gesamtheit der Merkmale, die ein Unternehmen kennzeichnen und es von anderen Unternehmen unterscheiden. Strategie konsistenten Handelns, Kommunizierens und visuellen Auftretens vermitteln.

Das Konzept der CI beruht auf der Annahme, dass Unternehmen als soziale Systeme wie Personen wahrgenommen werden und ähnlich handeln können. Somit ließe sich seine Identität mit einer Strategie konsistenten Handelns, Kommunizierens und visuellen Auftretens vermitteln.

3.0 Typografie

3.1 Typografie Unternehmensmarke (Headlines, Projektbezeichnungen)

Lust Display Didone



LUST - Neil Summerour ist Schriftdesigner, Lettering-Künstler, Kalligraf und Designer, aus in Georgia, USA. Er hat über 60 Schriftfamilien veröffentlicht und zahlreiche benutzerdefinierte Schriften für Kunden auf der ganzen Welt erstellt.

Die Originalvorlagen der Lust wurden komplett neu gezeichnet, erweitert und auf Kundenwunsch um eine neue optische Größe ergänzt. Lust verfügt nun über 6 statt der ursprünglichen 4 Schriftarten: Standard, Display, Fine und ergänzende Italics. Der Zeichensatz wurde ebenfalls erweitert und enthält nun mehr OpenType-Funktionen.

3.2 Typografie Unternehmensmarke (Sublines/Copytext)

Aktiv Grotesk CD Regular



AKTIV GROTESK - Aktiv Grotesk nimmt eine maßgebliche, aber mediale Position ein, die jede Botschaft unterstützt, ohne sie zu überlagern. Eine flexible und vielfältige Familie von 24 Stilen mit passenden Kurschriften, von Hairline bis Black.

Dalton Maag ist ein 1991 gegründetes Schrift-Design-Studio. Sie arbeiten mit Designern und Branding-Spezialisten weltweit zusammen, damit jeder seine idealen typografischen Ausdrucksmöglichkeiten findet - von der Logotypenoptimierung und Schriftlizenzierung bis hin zur Erstellung individueller Schrift-Suiten.

3.3 Typografie Laufschrift (Stationary copy use only)

Miller Text Roman



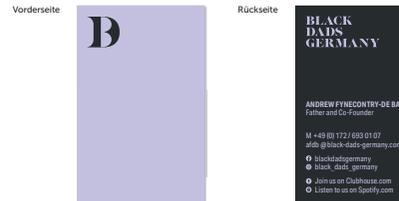
Die Miller ist eine Barock-Antiqua-Schrift von Matthew Carter. Sie ist eine Neuinterpretation der Scotch Roman - eines Schriftstils, der Anfang des 19. Jahrhunderts geprägt wurde. Insbesondere im anglo-amerikanischen Raum ist die Miller eine beliebte Schrift für den Zeitungs- und Magazinsatz. Die Kapitälchen sind in Einzelschnitte ausgelagert.

4.0 Stationary - Print

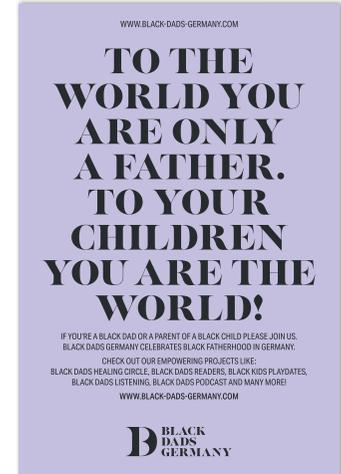
4.1 Briefbogen DIN A4 Offsetdruck (einseitig)



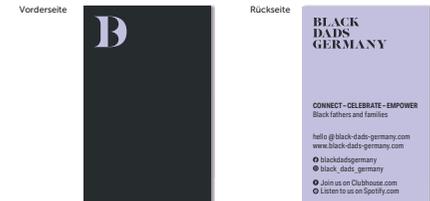
4.3 Businesscard - Founder/Co-Founder



4.2 Print Anzeigen, Verschiedene Formate



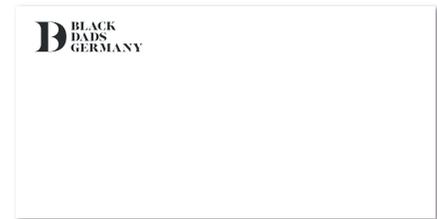
4.4 Businesscard Allgemein

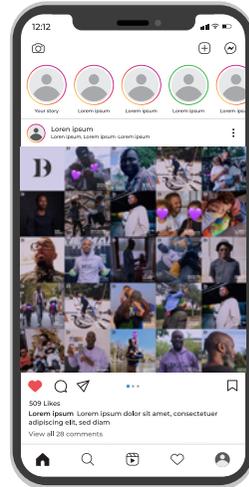
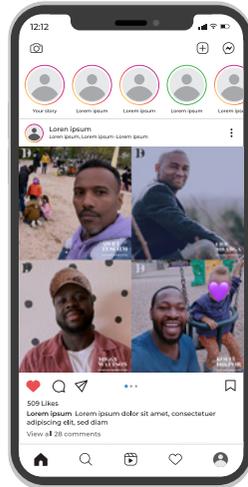
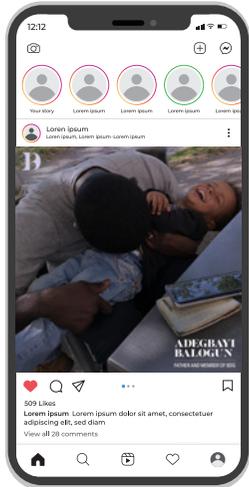


4.5 Complimentcards DIN Lang (Vorderseite)



4.5 Complimentcards DIN Lang (Rückseite)

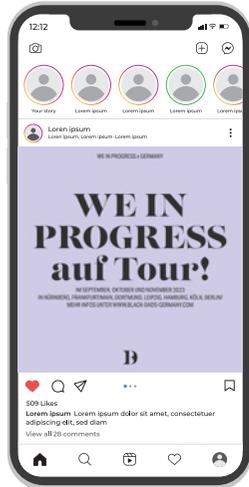




THE REASON WHY WE ARE HERE . MITGLIEDER , KAMPAGNE

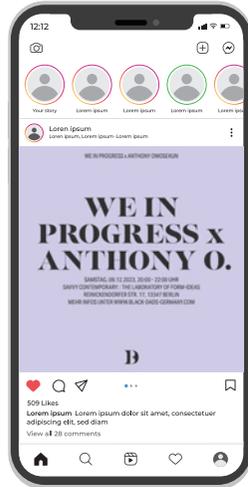
BLACK OURSTORY MONTH . KAMPAGNE





WE IN PROGRESS x BLACK IN BERLIN . IDEA . KONZEPT . UMSETZUNG

WE IN PROGRESS x BLACK IN BERLIN . IDEA . KONZEPT . UMSETZUNG





POWER ME

Stärkung von Kindern gegen Rassismus!



POWER ME



POWER ME



POWER ME



POWER ME

Brand Standards Map
Version 1.0

1.0 Signet

1.1 Unternehmensmarke



1.2 Unternehmensmarke Variationen (Claim)

Stärkung von Kindern gegen Rassismus
www.powerberlin.de



Stärkung von Kindern gegen Rassismus
www.powerberlin.de

1.3 Signet Farbvarianten



1.4 Unternehmensmarke Variation sekundär (Claim)



Stärkung von Kindern gegen Rassismus
www.powerberlin.de

2.0 Farben

Primärfarben



Sekundärfarben



Lila Alternativen (Druck)



Hallo POWER ME!

Dies ist eure Corporate Identity oder kurz CI (von engl. corporation für „Gesellschaft“, „Firma“ und identity für „Identität“). Die CI ist die Gesamtheit der Merkmale, die ein Unternehmen kennzeichnen und es von anderen Unternehmen unterscheiden. Das Konzept der CI beruht auf der Annahme, dass Unternehmen als soziale Systeme wie Personen wahrgenommen werden und ähnlich handeln können. Somit ließe sich seine Identität mit einer Strategie konsistenten Handlens, Kommunizierens und visuellen Auftretens vermitteln.

3.0 Typografie

3.1 Typografie Unternehmensmarke (Headlines only)

Museo Sans Rounded 700 (900/1000)



MUSEO – und alles begann mit meiner Liebe zum „U“. Dieser Großbuchstabe U erschien mir als Bild in einem Tagtraum, in dem sich die beiden Stiele zu Halbserifen krümmen. Museo ist eine bemerkenswerte Halbserifenfamilie mit einfachen, offenen Formen und sehr originellen Details.

Die Museo Sans basiert auf der bekannten Museo. Sie ist eine robuste, kontrastarme, geometrische, gut lesbare serifenlose Schrift, die sich sehr gut für jede Art von Display und Text eignet. Auch erhältlich als Condensed-, Rounded- und Display-Familie.

3.2 Typografie Unternehmensmarke (Sublines/Copytext)

Museo Sans 500 (700)



MUSEO – und alles begann mit meiner Liebe zum „U“. Dieser Großbuchstabe U erschien mir als Bild in einem Tagtraum, in dem sich die beiden Stiele zu Halbserifen krümmen. Museo ist eine bemerkenswerte Halbserifenfamilie mit einfachen, offenen Formen und sehr originellen Details.

Die Museo Sans basiert auf der bekannten Museo. Sie ist eine robuste, kontrastarme, geometrische, gut lesbare serifenlose Schrift, die sich sehr gut für jede Art von Display und Text eignet. Auch erhältlich als Condensed-, Rounded- und Display-Familie.

3.3 Typografie Laufschrift (Stationary copy use only)

Miller Text Roman



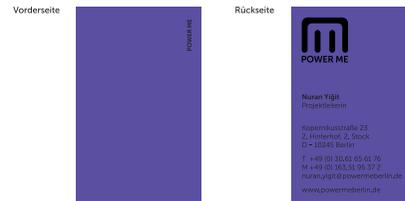
Die Miller ist eine Barock-Antiqua-Schrift von Matthew Carter. Sie ist eine Neuinterpretation der Scotch Roman – eines Schriftstils, der Anfang des 19. Jahrhunderts geprägt wurde. Insbesondere in anglo-amerikanischem Raum ist die Miller eine beliebte Schrift für den Zeitungs- und Magazinsatz. Die Kapitälchen sind in Einzelschritte ausgelagert.

4.0 Stationary

4.1 Briefbogen DIN A4 eMail Versand



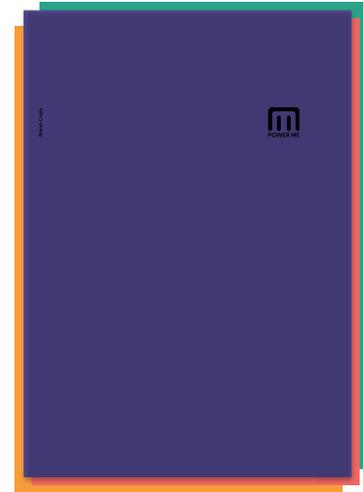
4.3 Businesscard . Projektleitung/Mitarbeiter



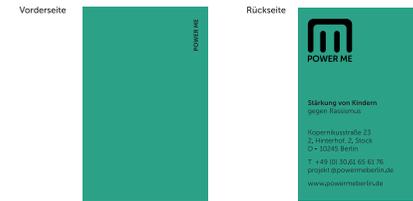
4.5 Complimentcards DIN Lang (Vorderseite)



4.2 Briefbogen DIN A4 Offsetdruck (Rückseite - versch. Farben)

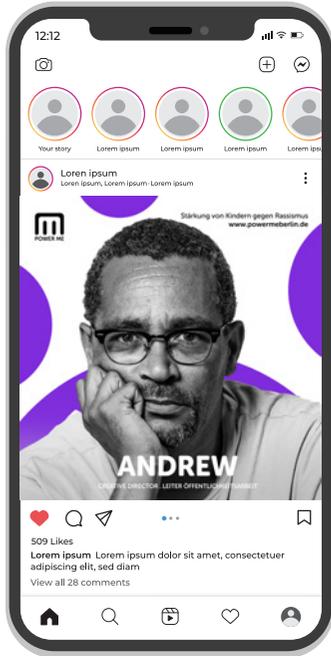


4.4 Businesscard Allgemein



4.5 Complimentcards DIN Lang (Rückseite)

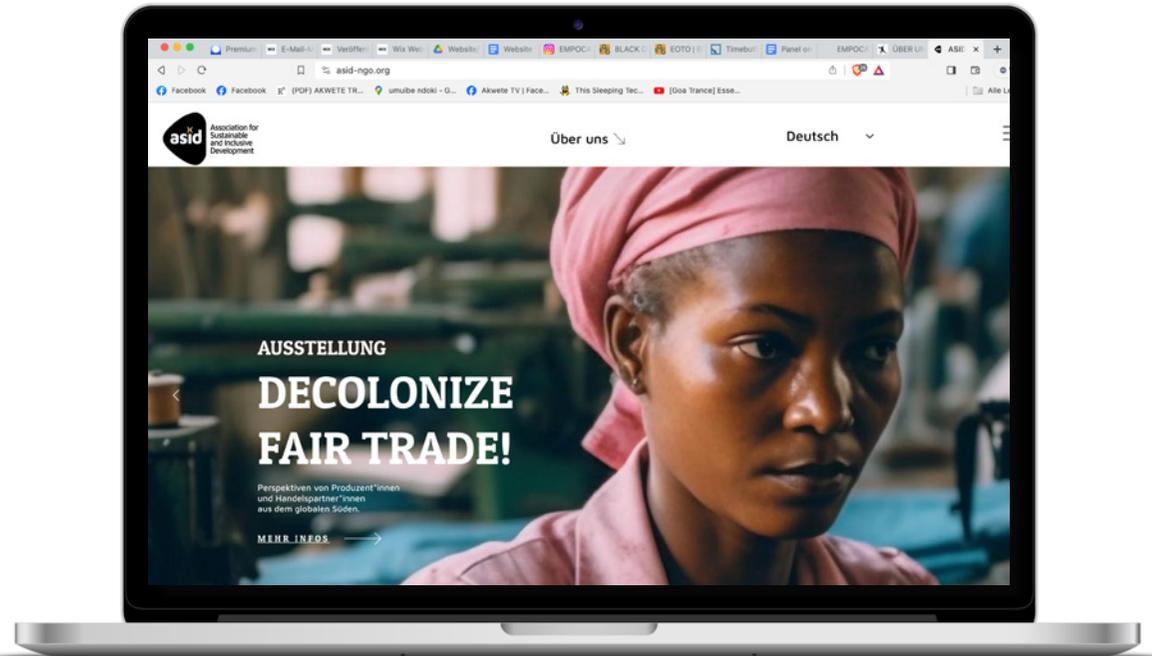






ASID NGO @Freelance

Markenentwicklung . Corporate Identity . Website . Kampagnen . Social Media . Website



SOCIAL MEDIA . WEBSITE . KAMPAGNEN

gravity & storm

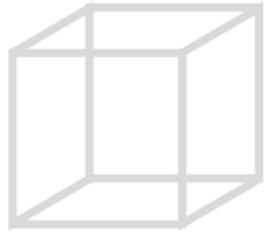
gravity & storm



gravity & storm

gravity & storm





Die 4 Wände



Die Grundform



4 Buchstaben, 4 Seiten (Wände)



+

HOME

=



Das U (You) in Hume.



Shortversion „Youm“



Longversion

HUME



RESTAURANT SPAIN/DENMARK



EA GAMES



BLACK TRANS+ FUND

EOTO E.V. . BLACK TRANS+ FUND



LOVE HAS WON . TV-SERIES



ECOLLECT.DE



NASTY . SONG-LOGO



TRUTH OR DARE . DOKU-FILM



KOPF & STEINE GMBH



STUBBORN CONSULTING



VISAGE ARTISTIQUE DU BURUNDI

VISAGE ARTISTIQUE DU BURUNDI



BMG . THE NEW BLACK FESTIVAL



BAYER . CLAIM

ANDREW FYNECON- TRY-DE BANA

- Seit 1970: Auf dieser Welt.
- 1997-1999: Trainee bei Economia GmbH Hamburg.
- 1999-2001: (Junior) Art Director bei McCann in Frankfurt/Main.
- 2001-2003: Group Head Art bei Leo Burnett in Frankfurt/Main.
- 2003-2006: Senior Art Director bei JWT in Frankfurt/Main.
- 2006-2010: Freiberuflicher Junior AD, Art Director, Senior AD, CD Art.
- 2010-2013: Creative Director bei Die Botschaft New Communications GmbH in Berlin.
- Seit 2013: Freiberuflicher Junior AD, Art Director, Senior AD, CD Art.
- Seit 2020: Co-Gründer BLACK DADS GERMANY
- Seit 2023: PR-Manager at EOTO e.V.
- Seit 2024: Co-Gründer THE RADICALS (Radical Rest and Listening Experiences)

Hello!

Andrew Fynecontry-de Bana

+49 (0)172/693 01 07 or ifyne@fynecontry.net