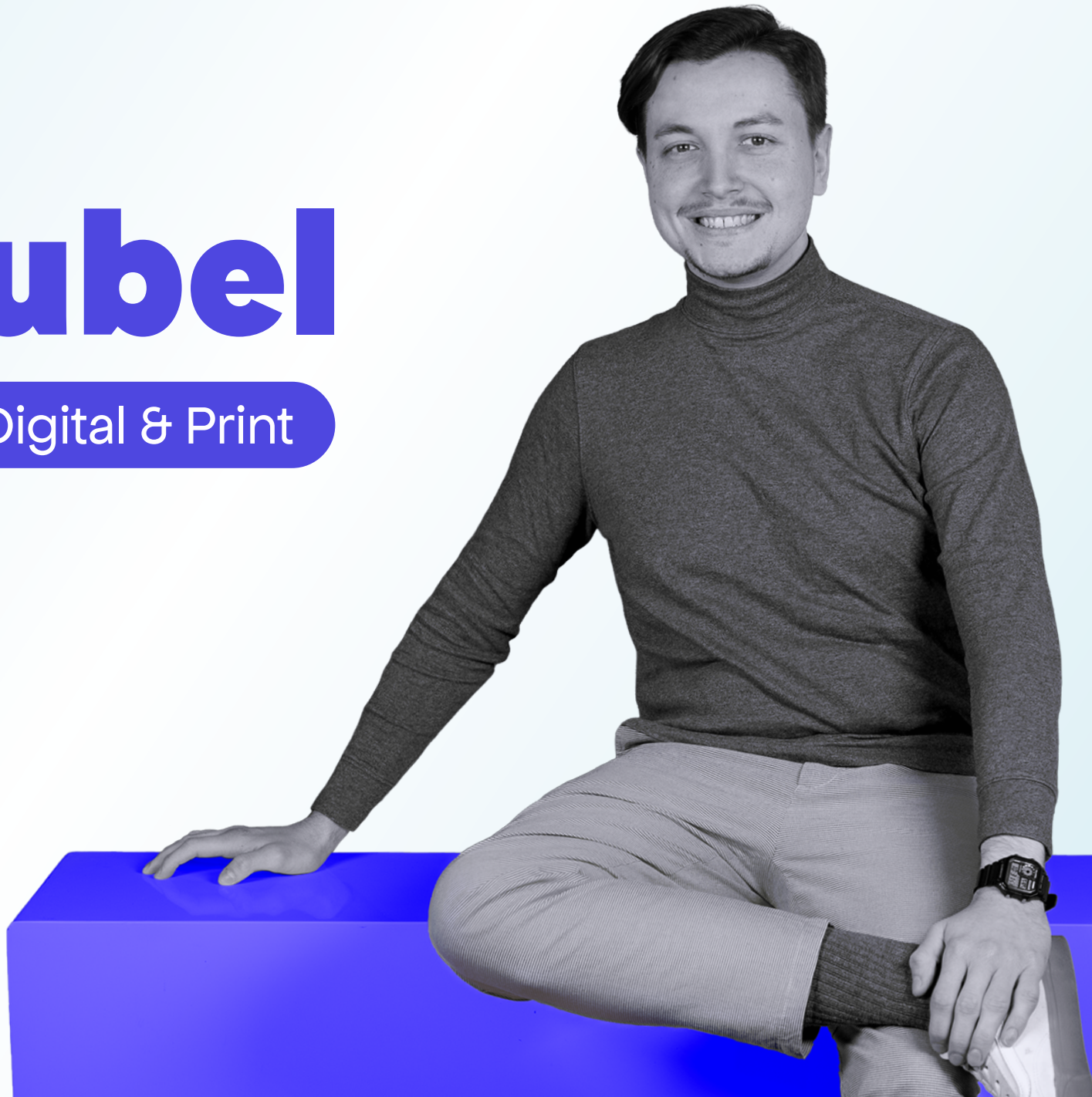


Kai Schnubel

Mediengestalter Digital & Print



Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Kai Günther Schnubel
geboren am	03.04.1995 in Trier
Adresse	Marktstraße 82-84, 60388, Frankfurt am Main

Berufserfahrung

02.2026 - dato	site-works AG – Full-Service-Werbeagentur Mediengestalter Digital & Print
05.2023 - 07.2023	Image Druck & Stick GmbH & Co. KG Pre-Press, Press und Post-Press im Digital- und Siebdruck
09.2021 - 03.2023	Technische Hochschule Köln (Studentische Hilfskraft) Einweisung und Wartung von professionellem A/V-Equipment
10.2019 - 12.2019	Inszene Media GmbH – Agentur für Ambient Media (Praktikum) Copywriting Telefonische Kundenakquise Direktmarketing
01.2019 - 03.2020	Theatergruppe Kreuz&Quer e.V. (Ehrenamt) Dramaturgie Regieassistent
10.2018 - 12.2019	Campusradio Trier (Ehrenamt) Moderation Social Media

Lebenslauf

Bildungsweg

08.2023 - 01.2026	Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print FR: Digitalmedien site-works AG Anni-Albers Schule für Mode, Medien und Gestaltung
03.2020 - 05.2023	Studium Online-Redaktion, Technische Hochschule Köln Bachelor of Arts (B.A.)
10.2018 - 09.2019	Studium Informatik und Philosophie, Universität Trier Bachelor (Zwei-Fach)
09.2015 - 06.2018	Berufsbildende Schule Gestaltung und Technik, Trier Abschluss: Allgemeine Hochschulreife

Kompetenzen

Sprachen	Deutsch (Muttersprache) Englisch (sehr gut in Wort & Schrift) Französisch (A1)
Adobe & Design	Photoshop InDesign Illustrator Figma Premiere Pro After Effects Audition
Code & Web	HTML CSS JavaScript PHP KI & Automatisierung Barrierefreiheit nach BFGG/WCAG
sonstiges	Führerschein Klasse B

Corporate Design – STADT FRANKFURT AM MAIN

Wort-Bild-Marke



In einer **Gruppenarbeit** an unserer **Berufsschule** kam ein neues **Corporate Design** für die Stadt Frankfurt am Main zustande. Es sollte die formale Verwaltung und den emotionalen Tourismus gleichermaßen ansprechen.

Das Adlersignet als Wappen entstand gemeinsam in der Gruppe. Die **Typografie** der Wort-Bild-Marke aber lag allein **in meiner Hand**.



STADT FRANKFURT
am Main

Das Logo verbindet beide Schnitte: die **Neulis Neue** Medium und die Sans Black. Die offene **Primärvariante** lässt sich im Alltag durch ein geschlossenes **Wappen** leicht ersetzen, je nach Anlass und der Lesbarkeit.

Farbwelt

HEX #334366
RGB 51 67 102
CMYK 88 72 35 24

HEX #ff7a33
RGB 255 122 51
CMYK 0 63 80 0

HEX #003fc8
RGB 0 63 200
CMYK 93 74 0 0

HEX #fada00
RGB 250 218 0
CMYK 5 10 93 0

HEX #b7c2de
RGB 183 194 222
CMYK 32 20 4 0

Bei der **Farbwelt** stellte sich uns die zentrale Frage: Wie trennen wir Verwaltung und Tourismus voneinander, ohne den gemeinsamen Absender zu verlieren? Das Fundament bilden drei aufeinander abgestimmte **Blau-töne** als **Primärfarben**. Sie prägen das Erscheinungsbild der Stadt im großen Format.

Um die beiden Zielgruppen sichtbar zu trennen, ließen wir die klassischen **Behördenfarben** bewusst hinter uns. Die Auswahl der neuen **Akzentfarben** lag federführend bei mir, das Feintuning erfolgte gemeinsam in der Gruppe. Für die Verwaltung wählte ich **Orange**, für den Tourismus ein warmes **Gelb**.

Corporate Design – STADT FRANKFURT AM MAIN

Typografie

Schriftbild

300%

Tourismus

200%

Frankfurt am Main ist weit mehr als eine Bankenstadt. Am Museumsufer reihen sich die Museen, allen voran das Städel.

100%

Schriftbild

300%

Stadt

200%

Im Römer, dem Rathaus seit 1405, sitzt die Verwaltung der Stadt Frankfurt. Rund 770.000 Menschen aus über 170 Nationen leben hier.

100%

Die Typografie der Stadt soll zwei Dinge zugleich leisten: zeitgemäß und alltagstauglich in jedem amtlichen Schreiben. Die Wahl der Hausschriften lag dabei in meiner Verantwortung.

Für die **Headlines** wählte ich die vertraute **Neulis Neue** aus der Wort-Bild-Marke der Stadt. Sie bringt einen klaren, leicht warmen Ton in jede Schlagzeile. **Subheads** und der **Fließtext** nutzen die **Neulis Sans**, beides Schnitte aus derselben Familie. So bleibt das Schriftbild ruhig, ohne dabei flach zu wirken.

Den Kontrast bildet im **offiziellen Schriftverkehr** unsere **Eskorte Latin**, eine Serife mit nötiger Strenge für Verträge und amtliche Bescheide.

Plakat (Tourismus)



Event-Branding – DEUTSCHES DOWN-SPORTLERFESTIVAL

Plakat



In Wetzlar findet jährlich das **Down-Sportlerfestival** statt. Es ist Deutschlands größtes Event im inklusiven Sportbereich für über 500 Athleten mit **Down-Syndrom** auf ihrer eigenen Bühne.

Ein Highlight meiner Arbeit für das Event ist dabei das jährliche **Festivalplakat**. Sein zentrales Motiv wird durch ein Voting im Vorfeld aller Fans der Community für jede Ausgabe bestimmt.

Für die **Ausgabe 2024** selbst lag die gesamte Umsetzung in meiner alleinigen Hand: von der ersten **Layout-Idee** bis zur druckreifen finalen **Reinzeichnung** des Plakats.

Print & Merchandise



Neben dem Plakat umfasst das Projekt die komplette **Event-Ausstattung** nach CI. Im Design-Team arbeite ich an weiteren Begleitmedien für das jährliche Festival.



Das Spektrum reicht von den **Medaillen** der Siegerehrung über die **Gutscheinkarten** im ID-1-Format und auch zum Merchandise wie etwa den gebrandeten **Sportsocken**.



Bei all diesen Print-Medien übernahm ich eigenständig die gesamte Ausarbeitung. Sämtliche Layouts wurden von mir gestaltet und bis zur druckfähigen **Reinzeichnung** sauber vorbereitet.

Social-Media – SITE-WORKS AG

Blogbeiträge



Als zeitweise **Hauptverantwortlicher** für den Social-Media-Auftritt der Agentur habe ich eine **Beitragsreihe** für Instagram konzipiert. Der Zweck: jede Woche neue Blog-Artikel von **site-works** in den Follower-Feed holen. Weil der Blog ein laufendes Format mit stetigem Wechsel der Autoren ist, war dabei ein **modularer Aufbau** nötig.



So entstand ein flexibles **Template**, das nahtlos auch auf künftige Artikel passt. Um im Feed sofort aufzufallen, wählte ich für die Reihe eine **Collage-Optik**: Die leuchtende Hintergrundfläche in der Primärfarbe der Agentur dient dabei als zentraler Eyecatcher. Im Fokus stehen daneben die **freigestellten Porträts**.



Zum jeweiligen Thema wird **Stock-Material** kuratiert, freigestellt und dann durch **Retuschen** ans Markenbild angepasst – wie etwa beim Jaguar in einem der Posts. Mit dem **Baukastenprinzip** können neue Posts der Reihe mit hoher **Wiedererkennung** schnell produziert werden.

Logo Design – SEITENWECHSEL CAFÉ

Wort-Bild-Marke



In einem **Gruppenprojekt** der **Berufsschule** entstand eine neue Wort-Bild-Marke für ein Unternehmen ganz ohne festen Markenauftritt. Wir wählten das Berliner **Café Seitenwechsel**: ein Konzept aus Literatur und Kaffee-kultur unter einem Dach.

Die Gestaltung des **Signets** lag eigenständig in meiner Hand. Die Herausforderung dabei: die Kernidee gezielt auf den Punkt zu bringen. Im Signet bildet die Form einer **umblätternen Seite** zugleich eine **Kaffeetasse**. Die zugehörige Typografie entstand im Team.