



KAROLINA GRAGE

HEY, THIS IS MY
PORTFOLIO!

New Soul is a massage studio from Berlin that wants to make a luxurious wellness experience accessible to everyone. This Company is redefining the world of massage in Germany with a simple booking platform.

Project requirements: Brand concept and design, Website design, marketing ads, social media




BRANDING NEW SOUL

Corporate Identity

18
NEW SOUL VISION

UNSERE VISION

Die Vision ist eine prägnante Beschreibung unserer langfristigen Ziele, die wir erreichen, wozu wir streben und wie wir die Zukunft gestalten möchten.



Unsere Vision ist es, die führende Wellness-Marke zu werden, indem wir die Massagetherapie in ganz Europa neu definieren.



Für unsere Kunden werden wir DAB Massagetherapie für hochwertige und individuelle Massagen werden.

19
STYLING & PRÄSENTATION


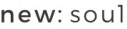

PRIMÄR VS. SEKUNDÄR

Primär- und Sekundärlogos erfüllen unterschiedliche Zwecke und werden in verschiedenen Kontexten verwendet.

Primäres Logo
Das primäre Logo ist das Hauptlogo, das das Kernsymbol oder den Markennamen repräsentiert. Es ist das bekannteste und am häufigsten verwendete Logo (oftem groß genug), das auf den meisten physischen Branding-Materialien wie Leuchttafeln, Visitenkarten, Produkten, OOH Plakaten, usw. zu finden ist. Es sollte stattdessen geschützt werden, dass das „STUDIO“ Teil ist. Andernfalls gilt die Nutzung des sekundären Logos.

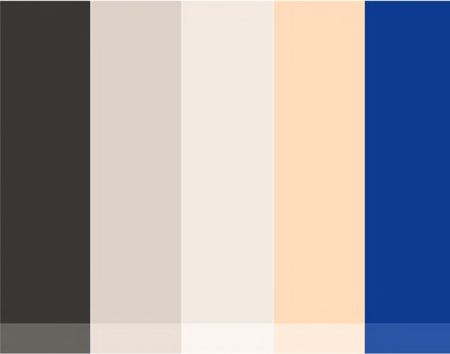
Sekundäres Logo
Das sekundäre Logo kann nützlich sein, wenn das primäre Logo aufgrund von Platzbeschränkungen, Lesbarkeit oder anderen gestalterischen Überlegungen nicht optimal funktioniert. Es bietet mehr Flexibilität, ohne die Konsistenz der Marken-Identität zu beeinträchtigen und kann auf kleineren Branding-Materialien, wie z.B. Webste, Briefpapier, App, Kleiner Beamer, Newsletter platziert werden.

Funktion Optionen



20
BRAND FARBEN

Diese Farbpalette verbindet verschiedene Nuancen zu einer harmonischen Mischung aus Eleganz, Frische und Wärme. Erdtöne verleihen der Brand Balance und Erdung. Der lebendige Blau vermittelt Frische und Optimismus in die Palette, während das Blau Ruhe, Gesundheit und Klarheit symbolisiert.



JADE BLACK	SAND	CREAM	PEACH	AZUR
#333333	#D9D9D9	#F5F5F5	#FFDAB9	#0070C0
CSS HEX: 33 33 33	CSS HEX: D9 D9 D9	CSS HEX: F5 F5 F5	CSS HEX: FF DA B9	CSS HEX: 00 70 C0
PANTONE 27-2 C	PANTONE 27-2 C	PANTONE 27-2 C	PANTONE 27-2 C	PANTONE 27-2 C

21
OUR VISION



new:soul
STUDIO

22
FLIESSTEXT FONT

Die Plus Jakarta Sans ist eine Design- und Markenfont, die sie sie für langfristige Design- und Marken attraktiv macht. Die ersten Linien und regelmäßigen Formen vermitteln ein Gefühl von Ordnung.

Die Schriftart eignet sich sowohl für digitale als auch für gedruckte Medien und wurde mit Blick auf die Lesbarkeit entwickelt – daher ist sie in verschiedenen Größen verfügbar und leicht zu lesen, was sie für Webste und Apps geeignet macht.

Unsere Schriftschnitten:
Light
Regular
Medium
Bold

Die ersten 100 Zeichen der Plus Jakarta Sans

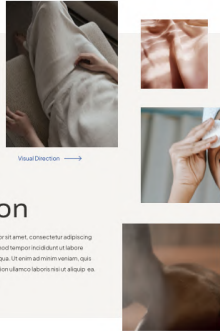
Plus Jakarta Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890*'#>:;<=

23
DIGITALE WELT

Visual Direction

VisualDirection →



Lowem ipsum dolor et amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Mehr erfahren

Ganzkörpermassage

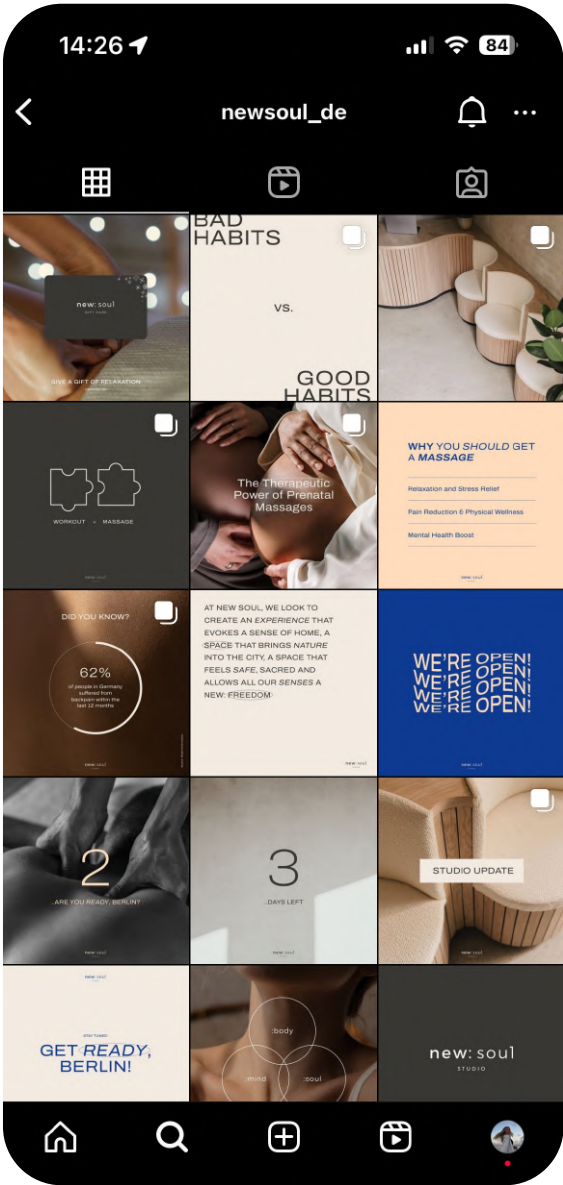
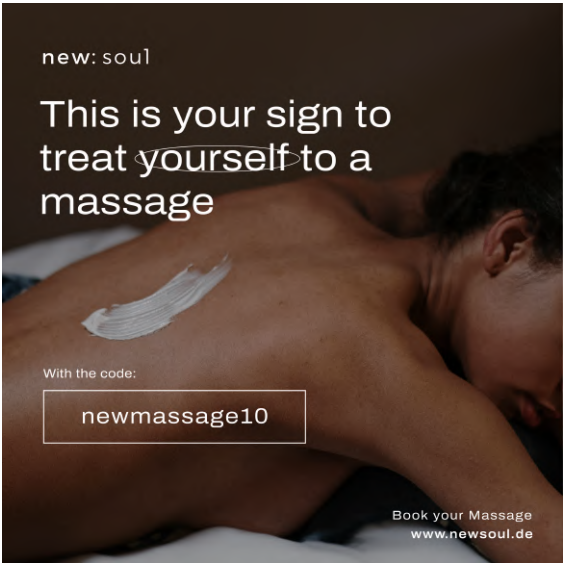
Termin vereinbaren

BRANDING NEW SOUL

Social media support and Instagram advertising



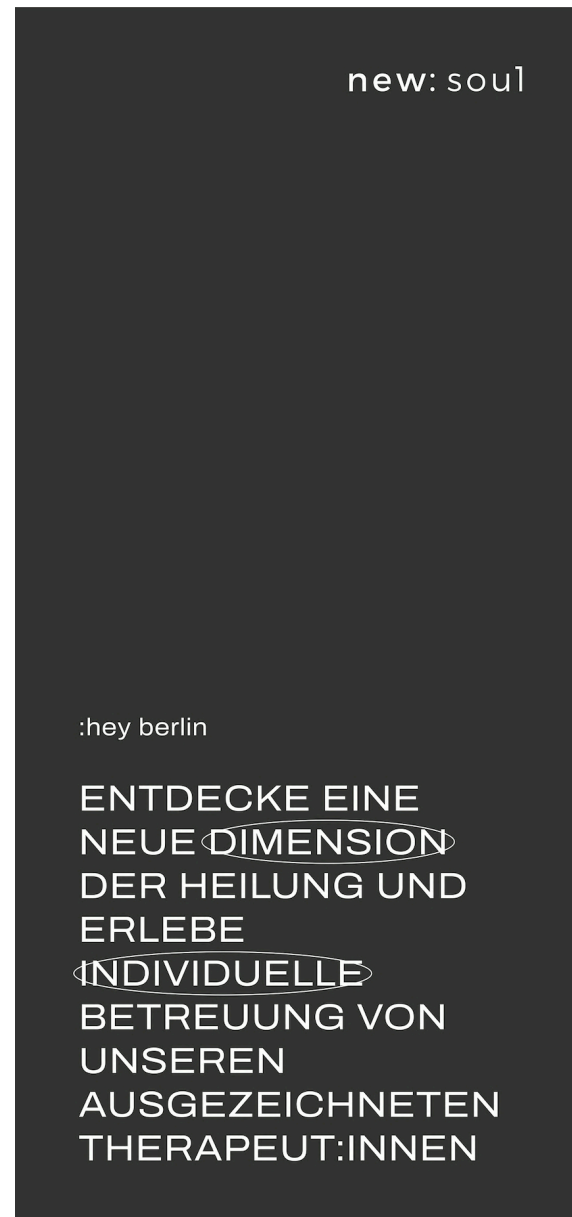
SOCIAL MEDIA ADS



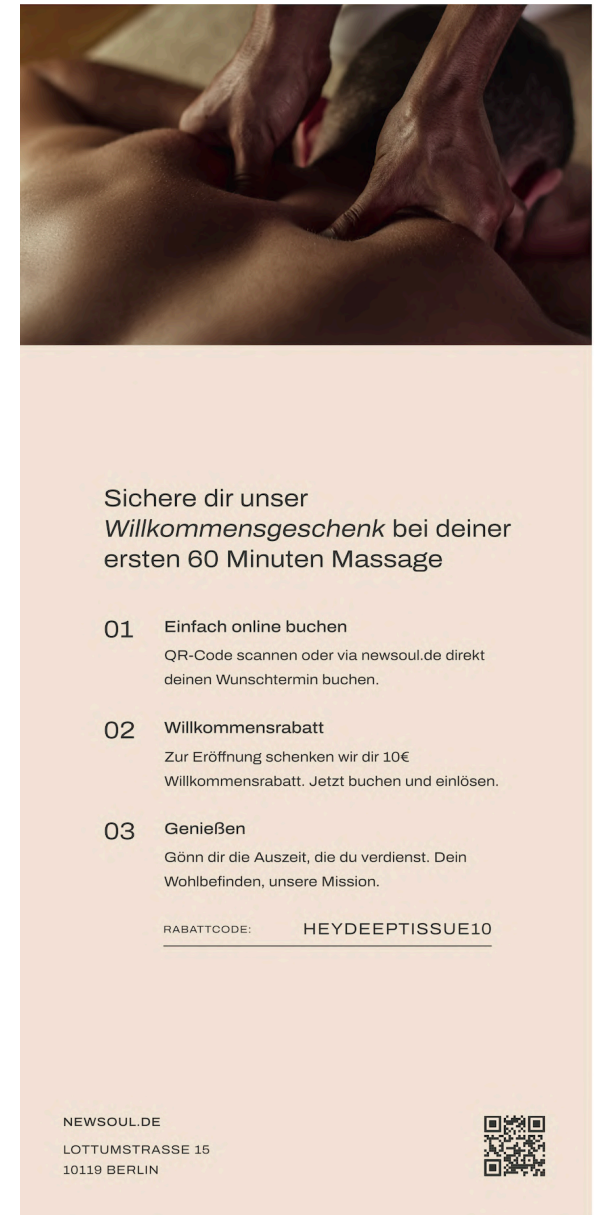
INSTAGRAM VISUALS



STICKER

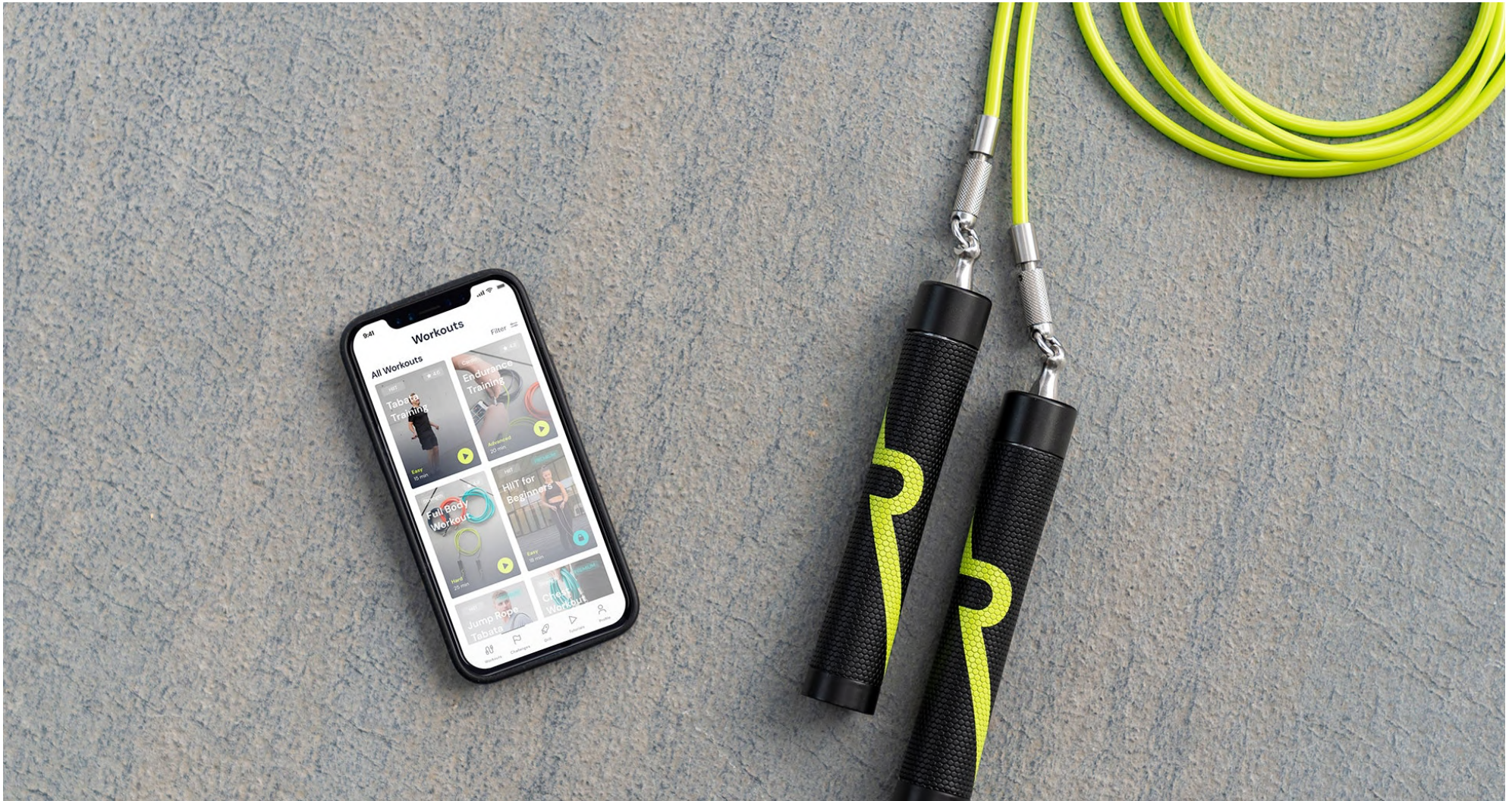


FLYER



Everjump is a company that offers a jump rope with a bluetooth function and the corresponding application. This company wants to help people to be active in everyday life and to follow their development.

Project requirements: Brand concept and design, Website design, App Design, Product design, Packaging Design



BRANDING EVERJUMP

Corporate Identity

Logo und Symbol

Die Wortmarke von Everjump spiegelt die Charaktereigenschaften der Marke wieder. Sie ist **standfest, erwachsen, professionell und durch ihre Einfachheit und Eleganz** geprägt. Das **letzte „t“ im Wort bringt Dynamik** rein und **deckt den sportlichen Aspekt ab**. Zudem kann es als **Icon** zur schnellen Wiedererkennung ohne Makerelemente verwendet werden.

Logo

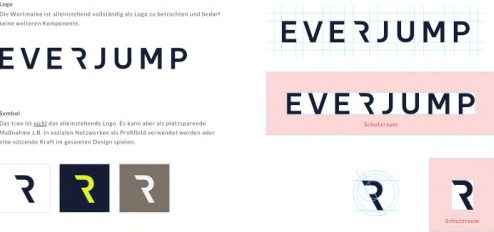
Die Wortmarke ist **alleinsetzend** vollständig als Logo zu betrachten und bedarf **keiner weiteren Komponenten**.

Symbol

Das Icon ist **gleich** dem alleinsetzenden Logo. Es kann aber als **platzsparende Maßnahme** z.B. in sozialen Netzwerken als Profilbild verwendet werden oder eine **stützende Kraft** im gesamten Design spielen.

Abstände & Schutzraum

Wort- und Bildmarke sind durch ihre **Geradlinigkeit** einfach anzuwenden. Die vorgegebenen Abstände der Buchstaben im Logo sind **stets** einzuhalten und dürfen nicht verändert werden. Der **rote Schutzraum**, welcher immer der **Höhe des Logos** (oder der Breite des „t“) entspricht sollte immer beachtet und nicht in der Anwendung überschritten werden.



EVERJUMP

EVERJUMP

Schutzraum

Schutzraum

LOGO

Farbpalette

Die **Primary Farbpalette** entstand aus der Charakteristik von Everjump und spiegelt die Werte des Unternehmens wieder. Diese Farben werden hauptsächlich im Marketing und Design angewendet, damit die **Markenidentität** gestärkt wird. Die **Secondary Farbpalette** dient als Erweiterung und Unterstützung für die primären Farben. Diese werden als **Akzentfarben** eingesetzt und können in der weiteren Entwicklung der Marke verwendet werden, um z.B. weitere Segmente des Unternehmens zu betonen. **Graduierungen** dienen als sogenannte „Supporter“ und können großflächig oder in der Typografie verwendet werden.

Primary

Deep Blue #1A3A5C	Neongreen #80C030	Sand #D9A080	Graphite #333333
-------------------	-------------------	--------------	------------------

Secondary

Teal #00A090	Purple #8030A0	Candy Red #E03040
--------------	----------------	-------------------

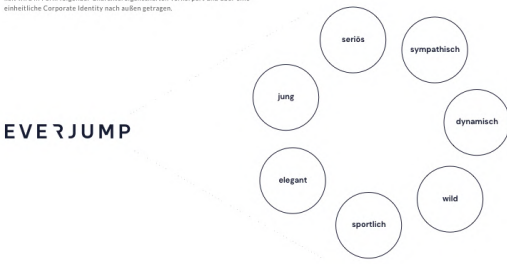
Grey

Dark Grey #333333	Dark Grey #444444	Elephant Grey #A0A0A0	Shadow Grey #808080	Silver Grey #E0E0E0	Smoke Grey #D9D9D9
-------------------	-------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	--------------------

COLORS

Markenidentität und -werte

Everjump ist eine **junge Marke**, die nach ihren Werten lebt und anhand dessen sie erkannt werden möchte. Mit ihrem Angebotsspektrum schafft die Marke ein Produkt, welches Spaß macht - jederzeit und über all. Gleichzeitig verhilft Everjump Menschen zu mehr Fitness & damit **Gesundheit**. Diese **Persönlichkeit** wird in Form folgender Charaktereigenschaften verkörpert und über eine einheitliche Corporate Identity nach außen getragen.



EVERJUMP

jung, seriös, sympathisch, dynamisch, wild, sportlich, elegant

BRAND IDENTITY

Schrift

Die Schriftfamilie der DM Sans zeichnet sich durch ihre **runde Form** und eine **zeitlose Charakteristik** aus. DM Sans hat ein **kontextuelles, geometrisches, serifenloses Design**, welches sich für die Verwendung kleinerer Textgrößen eignet und daher über all gut anwendbar ist.

DM Sans

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Effektives Training

Mehr als ein Springseil

Mit Everclub kannst du gleichzeitig **Fett verbrennen** und **Muskeln aufbauen** - mit nur einem Gerät.

Das Training ist so **individuell** wie du und passt sich auf deine **persönlichen Bedürfnisse** an. Dank der **geschützten Seite** und unserem **digitalen Coach** kannst du in **kurzester Zeit** deine **persönlichen Ziele** erreichen und dich selber **verwirklichen**.

JETZT ENTDECKEN

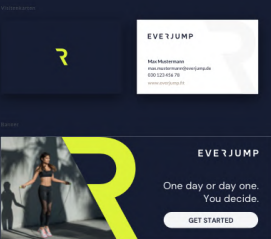
Erfahre mehr —

DM Sans ist kostenfrei erhältlich auf fonts.google.com

TYPOGRAPHY

Beispiele für Marketingmaterialien

Für mehr **Beständigkeit** sollte intern und extern auf ein **einheitliches Design** bei Marketingmaterialien geachtet werden. Dabei sollte die CI mit ihren **Farben, Formen** und dem **wichtigsten Element**, dem **Logo** immer betrachtet werden.



EVERJUMP

Max Mustermann
max.mustermann@everjump.de
0800 123456 78
www.everjump.de

EVERJUMP

One day or day one.
You decide.

GET STARTED

MARKETING

PRODUKTE/SPRINGSEILE



Everjump Springseil 125gr

Everjump Springseil 225gr

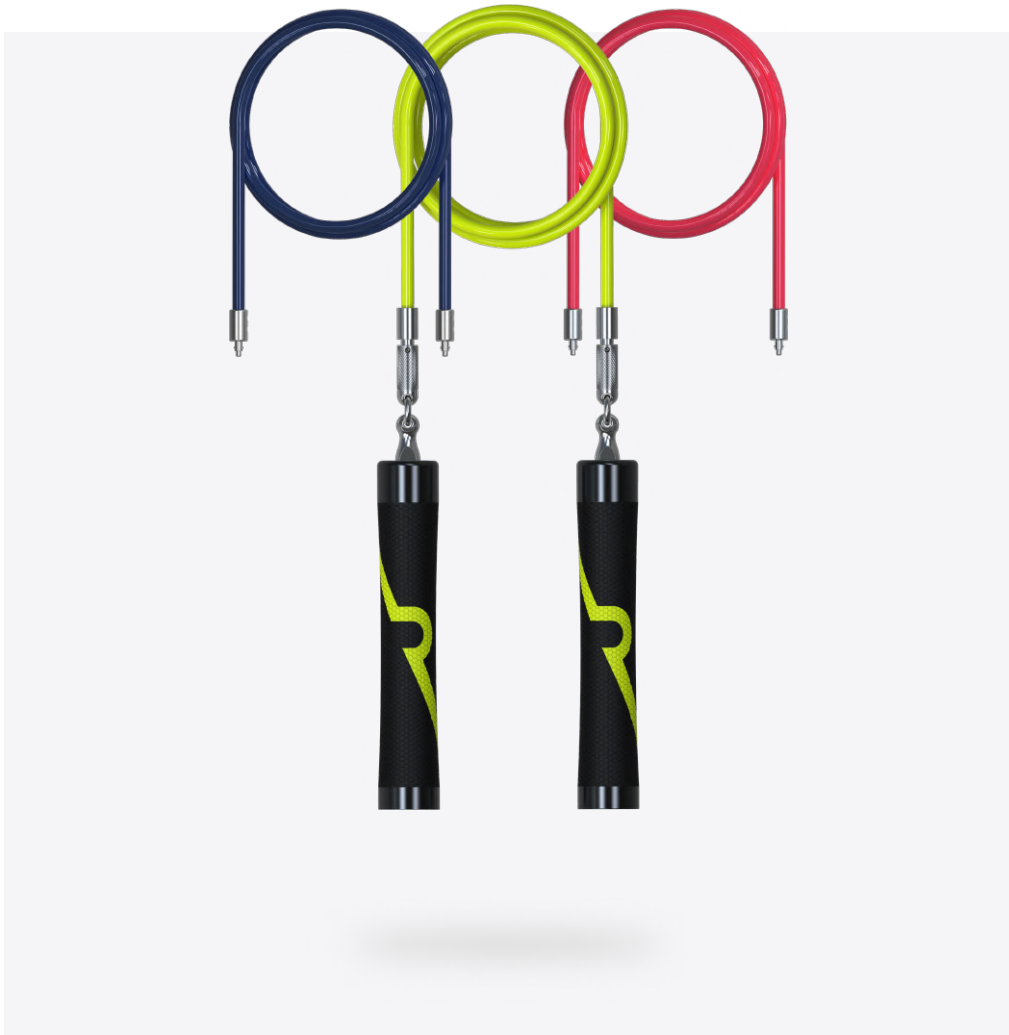
Everjump Springseil 350gr

Everjump Springseil 600gr

Beginner/Mat/Shape/Grow Set

BRANDING EVERJUMP

Product Design & Packaging



ROPE & HANDLES (CONCEPT & DESIGN)



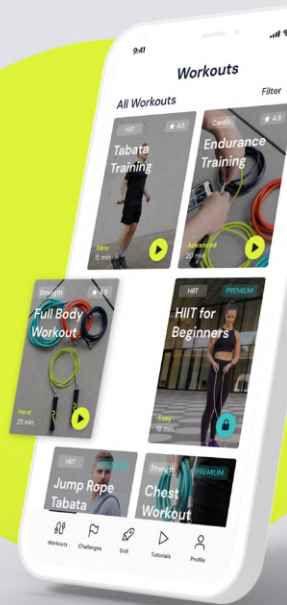
PACKAGING

BRANDING EVERJUMP

APP CONCEPT & DESIGN

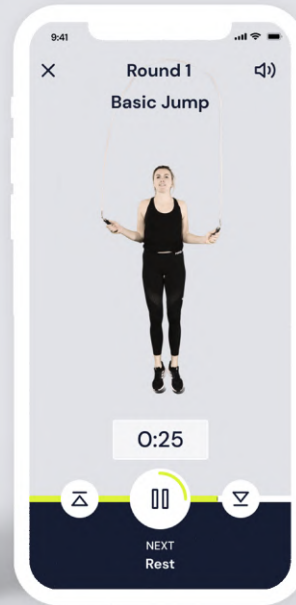
EVERJUMP

An impressive
selection of
workouts.



PACKAGING

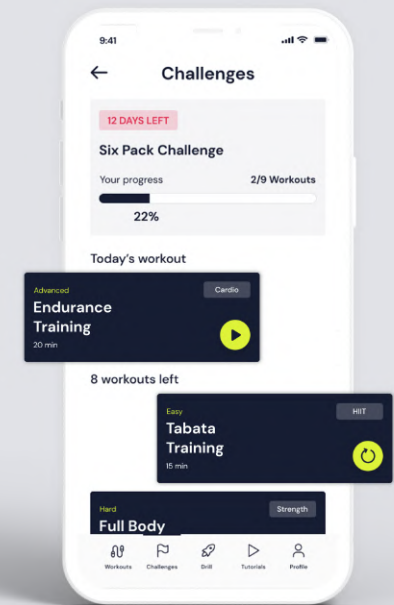
Choose a rope and
connect your
handles to the app.



Track your activity
and achieve your
goals.



A clean and
intuitive
interface.



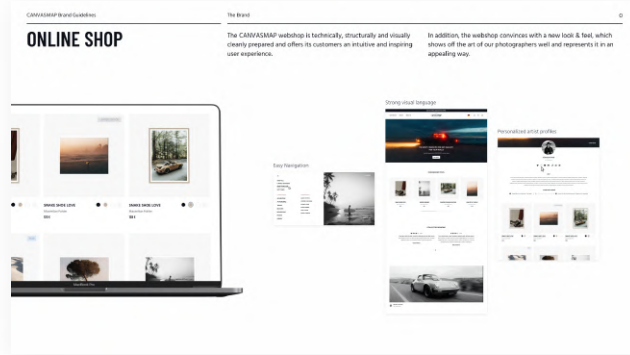
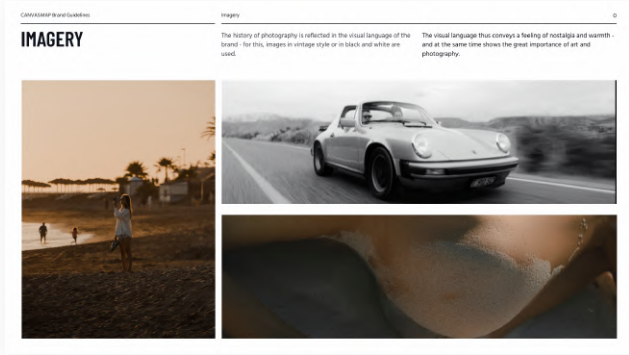
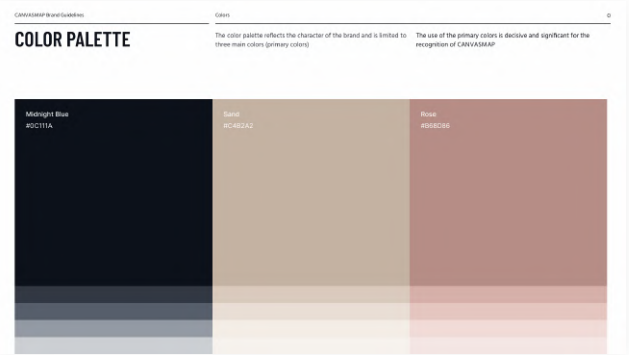
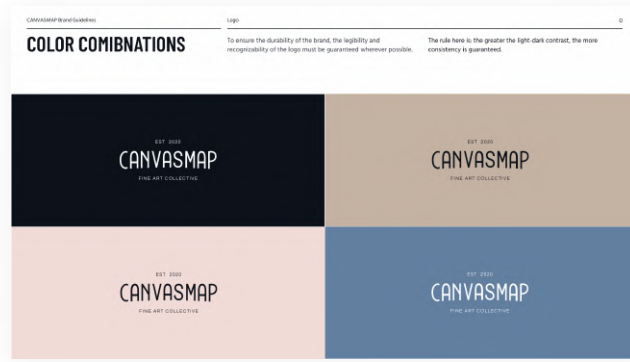
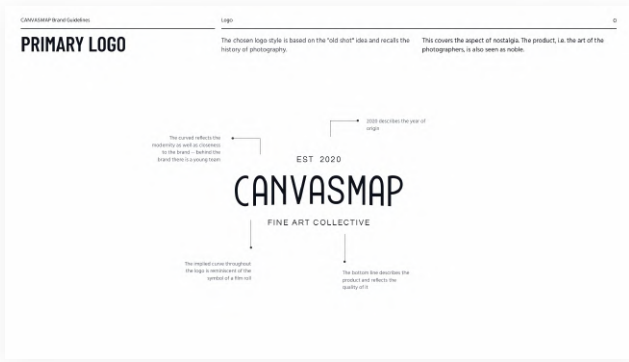
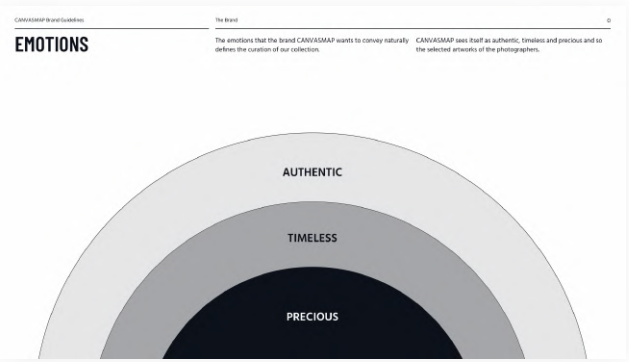
Canvasmap is a collective of photographers who have decided to share their photographic works with the world and offer them in high quality canvas images.

Project requirements: Brand concept and design, Website design, Canvas concept & design



BRANDING CANVASMAP

Corporate Identity



BRANDING CANVASMAP

Print Stuff



STICKER



POSTCARDS

BRANDING CANVASMAP

Print Ad

AWAKENING

CANVASMAP

CREATOR HOUSE

WAKE UP, PORTUGAL

IS CALLING!

from collective for collectors to beco the community



the community

from collective for collectors to beco the community



the community

AWAKENING

FROM SATURDAY

25th MARCH

TILL WEDNESDAY

29th MARCH

LOCATION

CASA DA VOLTA

ALENTEJO, PORTUGAL


RELAUNCH CANVASMAP

IT'S ALL ABOUT GETTING AWAKE AND START TO CREATE.

EST. 2020

CANVASMAP

FINE ART COLLECTIVE




20

21

CREATOR HOUSE

AWAKENING




25th MARCH

VIBES

26th MARCH

COFFEE



DRINKS

CASA DA VOLTA

PRINT AD