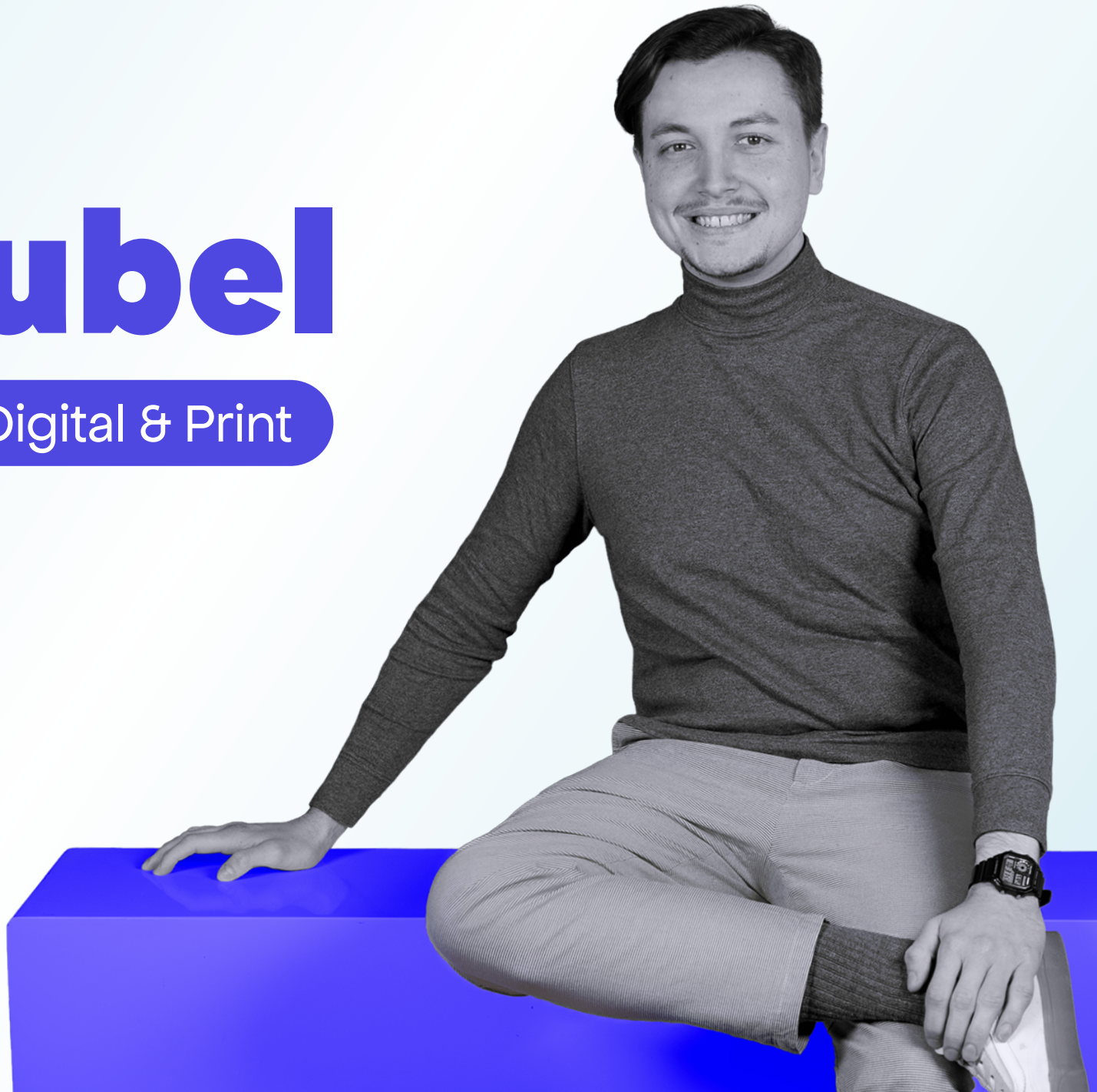


Kai Schnubel

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 Regieassistenz
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
IHK-Abschluss: sehr gut (94 Punkte) | Berufsschule: 1,0
- 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 | Abschlussnote: 2,0

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

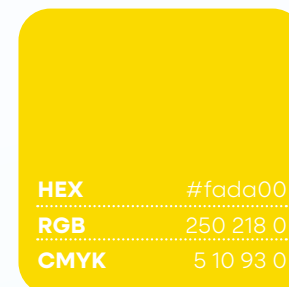
Corporate Design – STADT FRANKFURT AM MAIN

Wort-Bild-Marke



Für die **Stadt Frankfurt am Main** entstand in einer Gruppenarbeit an der **Berufsschule** ein vollumfängliches, **neues Corporate Design**. Die Schwierigkeit dabei war es, sowohl die formale **Stadtverwaltung** als auch den emotionaleren **Tourismussektor** anzusprechen. Während das Signet des Adlers in Form eines Wappens gemeinsam in der Gruppe entwickelt wurde, lag die typografische Ausarbeitung der Wort-Bild-Marke in meiner Verantwortung. Das Logo verwendet die **Neulis Neue Black** und **Neulis Sans Medium**. Die offene Primärvariante kann bei Bedarf durch die geschlossene Wapenform (Sekundärvariante), z. B. für den administrativen Alltag, ersetzt werden.

Farbwelt



Für die Farbwelt standen wir vor der Frage: Wie trennen wir Stadtverwaltung und Tourismus, ohne den gemeinsamen Absender zu verlieren? Das Fundament bilden drei aufeinander abgestimmte **Blautöne**. Als **Primärfarben** sorgen sie bei großflächiger Nutzung für ein einheitliches, starkes Erscheinungsbild.

Um die beiden Zielgruppen darauf aufbauend zu trennen, war mein Ansatz, klassische Behördenfarben hinter uns zu lassen. Die Auswahl lag dabei federführend bei mir, das Feintuning passierte in der Gruppe. Für die **Stadtverwaltung** wählte ich ein kräftiges **Orange** als Akzentfarbe, für den **Tourismus** ein strahlendes **Gelb**.

Corporate Design – STADT FRANKFURT AM MAIN

Typografie

Schriftbild

300%

Tourismus

200%

Aximodistem voluptat enducie
nderfererum aut quo eum ulpa
de ped modisi volessi musant
anihilla alis est estior rem rem
volupit ioribus net.

100%

Schriftbild

300%

Stadt

200%

Aximodistem voluptat enducie
nderfererum aut quo eum ulpa de
ped modisi volessi musant anihil-
la alis est estior rem rem volupit
ioribus net.

100%

Die Typografie für die Stadt muss zwei Aufgaben erfüllen: Sie soll zeitgemäß wirken, aber gleichzeitig in amtlichen Dokumenten optimal lesbar sein. Die Auswahl und Definition der neuen Hauschriften lag dabei in meiner Verantwortung. Für **Headlines** wählte ich die in der Wort-Bild-Marke verwendete **Neulis Neue** und für **Sub-headlines und Fließtexte** die **Neulis Sans**. Als funktionaler Kontrast kommt bei **Fließtexten** in **offiziellen Schreiben** und amtlichen Angelegenheiten die **Eskorte Latin** zum Einsatz. Diese Serifenschrift garantiert eine hohe Lesbarkeit und vermittelt die nötige Seriosität.

Plakat (Tourismus)



Event-Branding – DEUTSCHES DOWN-SPORTLERFESTIVAL

Plakat



Das **Deutsche Down-Sportlerfestival** in Wetzlar ist Deutschlands größtes inklusives Sport-Event. Jährlich bietet es über 500 engagierten Athleten mit Down-Syndrom eine Bühne für sportliche Leistungen. Ein besonderes Highlight meiner gestalterischen Arbeit für dieses Event bildet das jährliche **Plakat**. Das zentrale Motiv der Kampagne wird vorab durch ein großes Community-Voting bestimmt. Für die Ausgabe 2024 lag die komplette **konzeptionelle und visuelle Umsetzung** – von der ersten Layout-Idee bis zur finalen **Reinzeichnung** – in meiner alleinigen Verantwortung.

Print & Merchandise



Neben dem Plakat umfasst das Projekt die komplette, **CI-konforme Ausstattung** des Events. Als Teil des Design-Teams arbeite ich hierbei kontinuierlich an der Konzeption diverser Print-Medien mit. Das Portfolio der hier gezeigten Touchpoints reicht von individualisierten **Medaillen** für die Siegerehrungen über **Gutschein-karten** im ID-1-Format bis hin zu auffälligen Merchandise-Artikeln wie gebrandeten **Sportsocken**. Bei all diesen Medien übernahm ich die eigenständige Ausarbeitung: Sämtliche Layouts wurden von mir visuell gestaltet und technisch fehlerfrei bis zur finalen und druckfähigen **Reinzeichnung** umgesetzt.



Social-Media – SITE-WORKS AG

Blogbeiträge



Als zeitweise **Hauptverantwortlicher** für den **Social-Media-Auftritt** von **site-works** habe ich eine Beitragsreihe für Instagram konzipiert, um neue Blog-Artikel auf der Agentur-Website zu bewerben. Da der Blog ein fortlaufendes Format ist und stetig neue Autoren hinzukommen, war ein **modularer Aufbau** entscheidend.



So entstand ein flexibles Template, das sich nahtlos auf künftige Artikel anwenden lässt. Um im Feed sofort aufzufallen, wählte ich eine markante Collage-Optik: Die **leuchtende Hintergrundfläche** in der Primärfarbe der Agentur dient als Eyecatcher. Im Fokus stehen dabei die **freigestellten Porträts des Teams**.



Passend zum jeweiligen Thema wurde Stock-Material kuratiert, freigestellt und durch gezielte **Retuschen** – wie etwa beim Jaguar – angepasst. Durch dieses Baukastenprinzip können neue Posts mit geringem Aufwand und hohem Wiedererkennungswert als Reihe produziert werden.

Logo Design – SEITENWECHSEL CAFÉ

Wort-Bild-Marke



Im Rahmen eines **Gruppenprojekts** in der **Berufsschule** sollte eine Wort-Bild-Marke für ein reales Unternehmen ohne bestehenden Markenauftritt konzipiert werden. Die Wahl unseres Teams fiel auf das Berliner **„Seitenwechsel Café“** – ein gastronomisches Konzept, das Literatur und Kaffeekultur vereint. Bei der Entwicklung der neuen Wort-Bild-Marke übernahm ich die **eigenständige Konzeption und Gestaltung des Signets**. Die gestalterische Herausforderung bestand darin, die Kernidee des Cafés minimalistisch auf den Punkt zu bringen: Das Signet verbindet beide Elemente direkt mitei-

einander, indem die Form einer **umblätternen Buchseite** gleichzeitig die Silhouette einer **Kaffeetasse** bildet. Die passende Typografie wurde anschließend gemeinsam im Team erarbeitet.