



elsweyer
+ hoffmann

Portfolio
2022



kommunikation



marketing



design

Kund*innen und Projektpartner*innen

Auszug

- + AOK Nordost – Die Gesundheitskasse
- + BerlinFaces – Hier kommt Berlin zusammen!
- + Bezirksamt Mitte
- + Bezirksamt Neukölln
- + Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg
- + Bezirksamt Treptow-Köpenick
- + Brandenburgische Landesstelle für Suchtfragen e.V.
- + BWK BildungsWerk in Kreuzberg GmbH
- + DEHOGA Berlin
- + Deutscher Städte- und Gemeindebund e.V.
- + Diakoniewerk Simeon gGmbH
- + Handwerkskammer Berlin
- + Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V.
- + IHK Berlin
- + LAG – Die Europabeauftragten der Berliner Bezirksamter
- + Landesstelle Berlin für Suchtfragen e. V.
- + Landeskoordinierungsstelle für Suchtthemen Mecklenburg-Vorpommern
- + Notdienst für Suchtmittelgefährdete und -abhängige Berlin e. V.
- + Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung
- + Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
- + Senatsverwaltung für Kultur und Europa
- + SPD-Bundestagsfraktion – Direktwahlkreis 60, Frank-Walter Steinmeier
- + Universitätsklinikum Greifswald
- + Verband der Servicefachkräfte, Restaurant- und Hotelmeister Berlin e.V.
- + Zentralverband Sanitär Heizung Klima
- + ZUMBau – zugelassene Maschinenführer in der Bauwirtschaft

u.a.

Onlineplattform zur Berufsvermittlung und -orientierung

Berliner Ausbildungsinitiative #seiDUAL

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Berlin, seine Wirtschaft und insbesondere seine kleinsten, kleinen und mittleren Unternehmen (KKMU) wachsen dynamisch und damit auch der Bedarf an Fachkräften. Die Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales startete eine großangelegte vernetzte Ausbildungsinitiative als Modellprojekt, welches die duale Ausbildung sowie die Vermittlung von Schüler*innen in KKMU in Berlin fördern und so die Fachkräftesicherung auf dem Berliner Arbeitsmarkt wiederherstellen soll. Die Berliner Ausbildungsinitiative #seiDUAL bezieht neben Schüler*innen und Ausbilder*innen auch Lehrkräfte und Eltern, Ausbildungseinrichtungen, Gewerkschaften und Fachverbände sowie Politik und Gesellschaft mit ein. Im Zuge der CORONA-Pandemie ergänzen neue digitale Formate das Angebot: #seiDUAL – Das virtuelle Event, Onlineseminare für Lehrkräfte sowie das digitale Lehrmaterial für Lehrkräfte und Schüler*innen im Homeschooling.

Projektzeitraum: Seit 2018 fortlaufend

Kommunikationsbausteine: komplettes Kommunikationspaket

Maßnahmen

- + **Die Onlineplattform** www.seidual.berlin mit mehr als 235 Ausbildungsberufen und einem eigens programmierten Matching-Verfahren für passgenaue Vorschläge für Schüler*innen und Ausbilder*innen; mit Persönlichkeitstests und filmischen Unternehmenspräsentationen
- + **Lehrmaterialien zur Berufsorientierung** für den WAT-Unterricht und im Homeschooling; Lehrkräfteordner mit Material zu Ausbildungsberufen einmal pro Jahr



Der Film zu #seiDUAL – Das Event 2018:
<https://www.youtube.com/watch?v=QxFqrJStkm8>

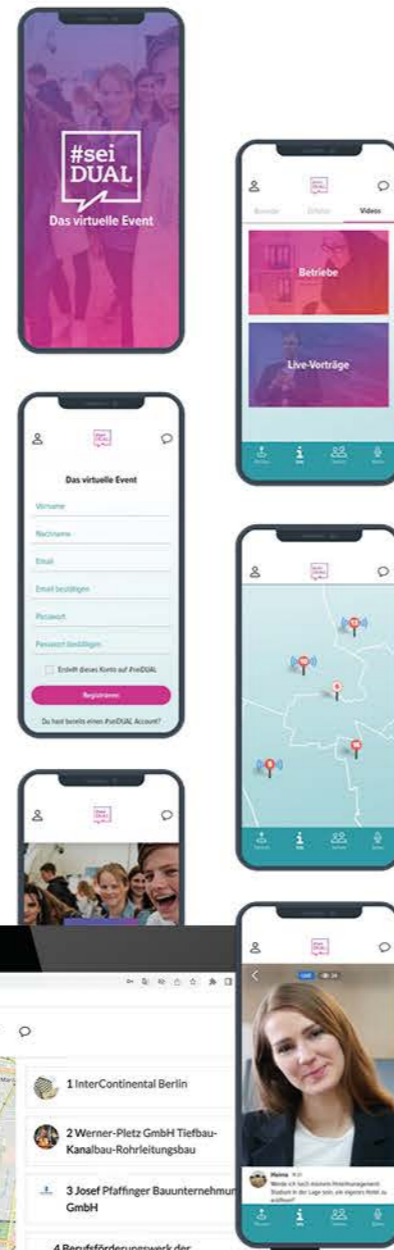


#seiDUAL-Rolemodels für die Kampagnenkommunikation

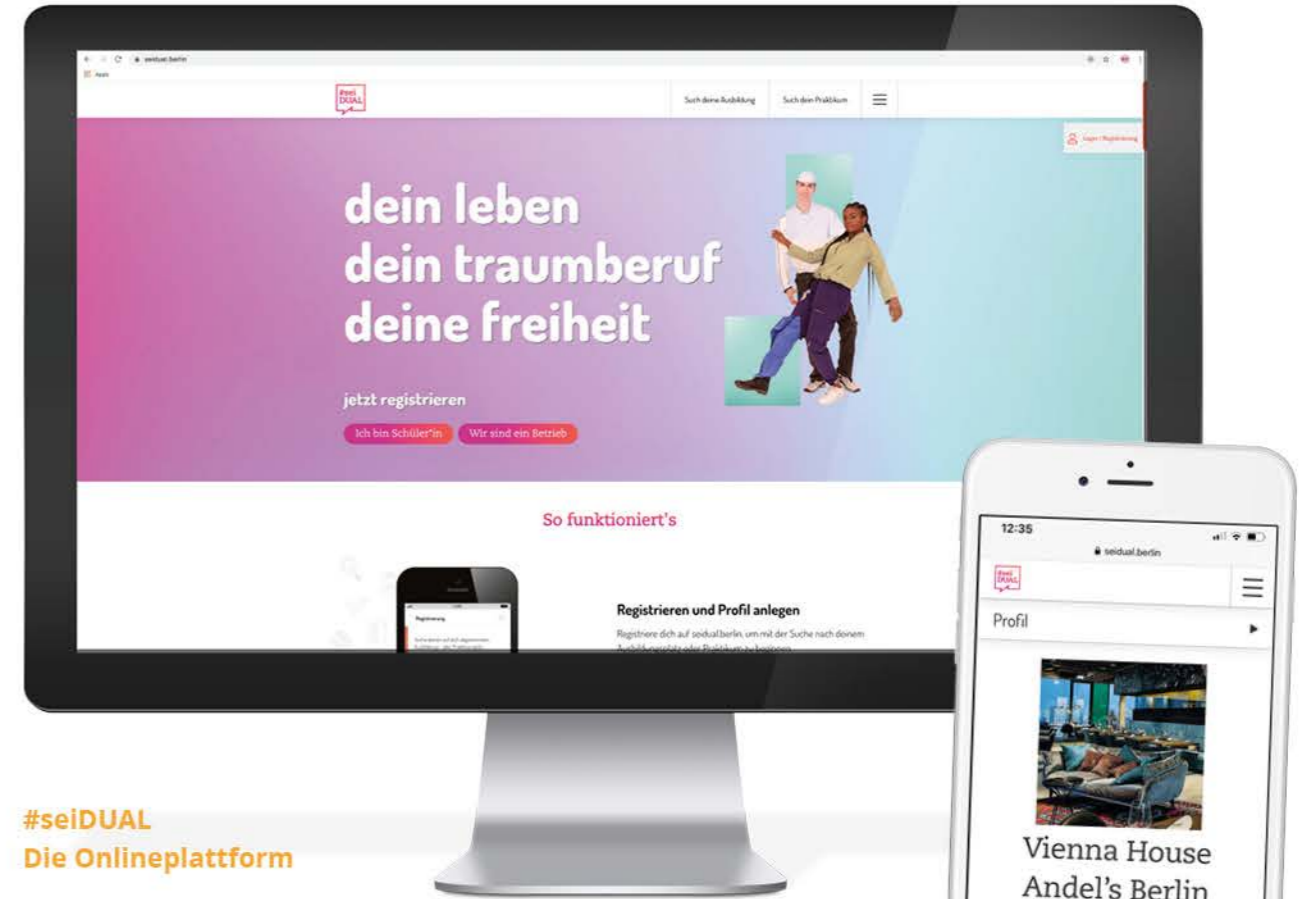
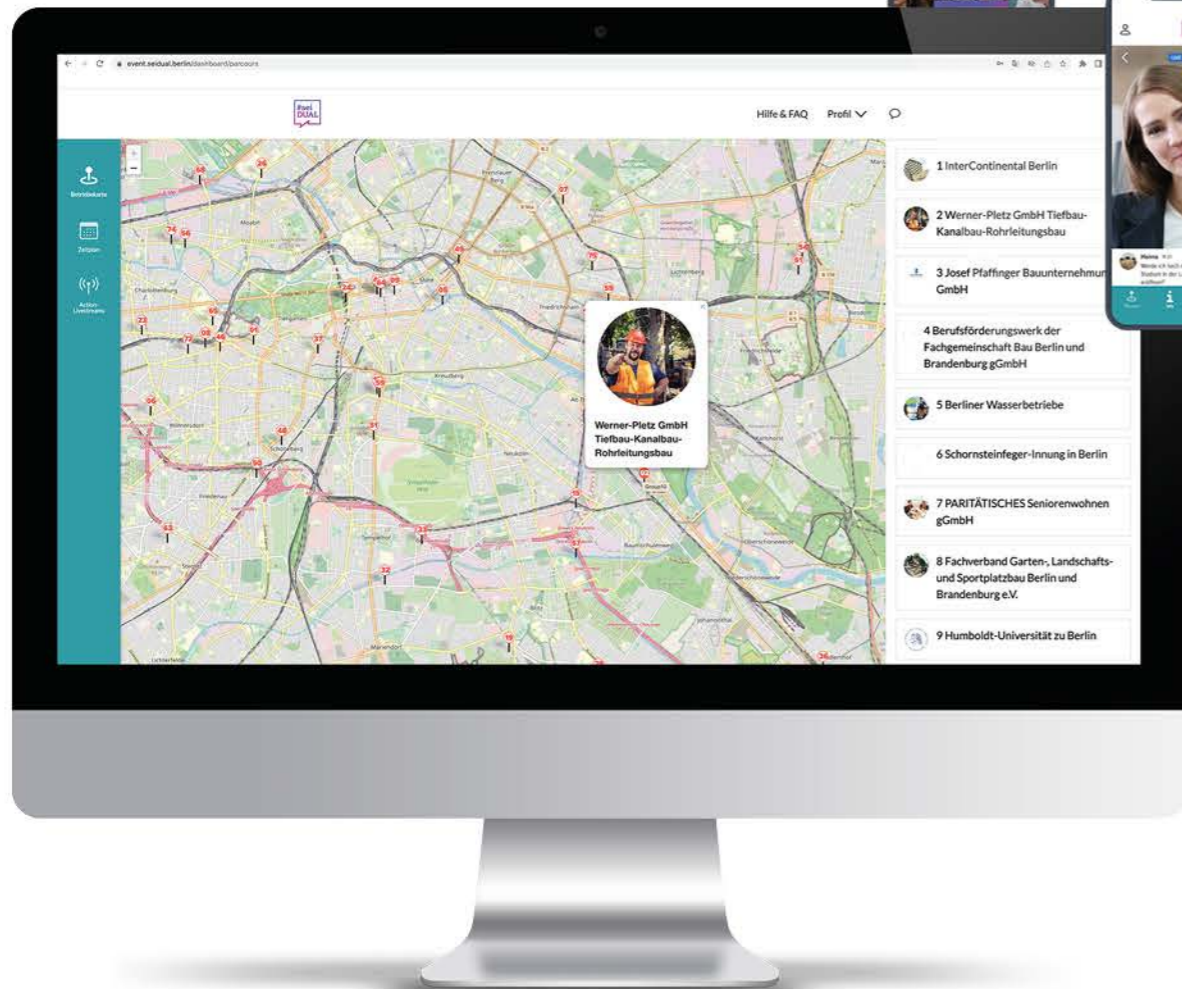
- + **E-Learning-Plattform** zur Berufsorientierung für eine ungezwungene und spielerische Annäherung an Branchen und Ausbildungsberufe
- + **Zielführendes Marketing** mit Schulen
- + **großangelegte Werbekampagnen**
- + **gezielte Pressearbeit**
- + **analoge und virtuelle Events:**
 - #seiDUAL – Das Event (einmal jährlich);
 - #seiDUAL – Im Kiez (mehrmals jährlich);
 - #seiDUAL – Das virtuelle Event (mehrmals jährlich)
- + **Networking**, Zusammenarbeit und Partnerschaften mit Berliner Verbänden, Innungen und Vereinen (Onlineseminare für Lehrkräfte; Dreharbeiten: Aufnahmen von Erklär-Videos, Interviews, Imagevideos, Dokumentationen, Highlight-Zuschnitts)
- + **Workshops** und Bewerbungsvorbereitungstage mit Lehrkräften und Schüler*innen in Berliner Schulen



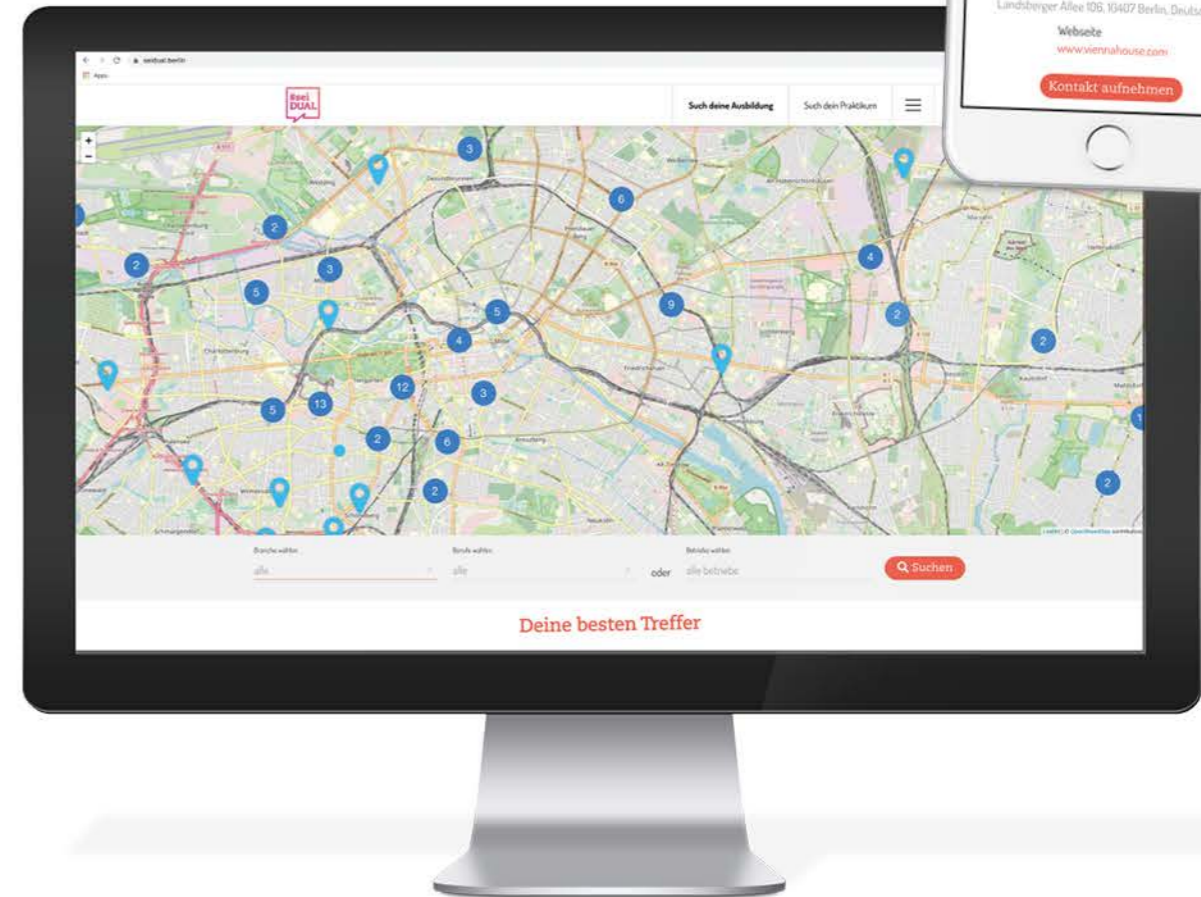
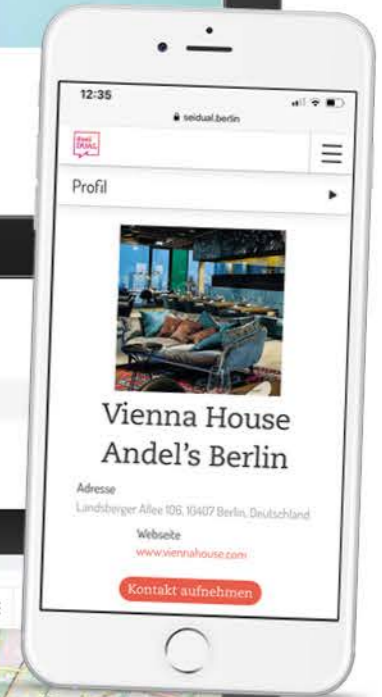
Der Film zu #seiDUAL – Das Event 2019:
<https://www.youtube.com/watch?v=R1lsC73xiVA>



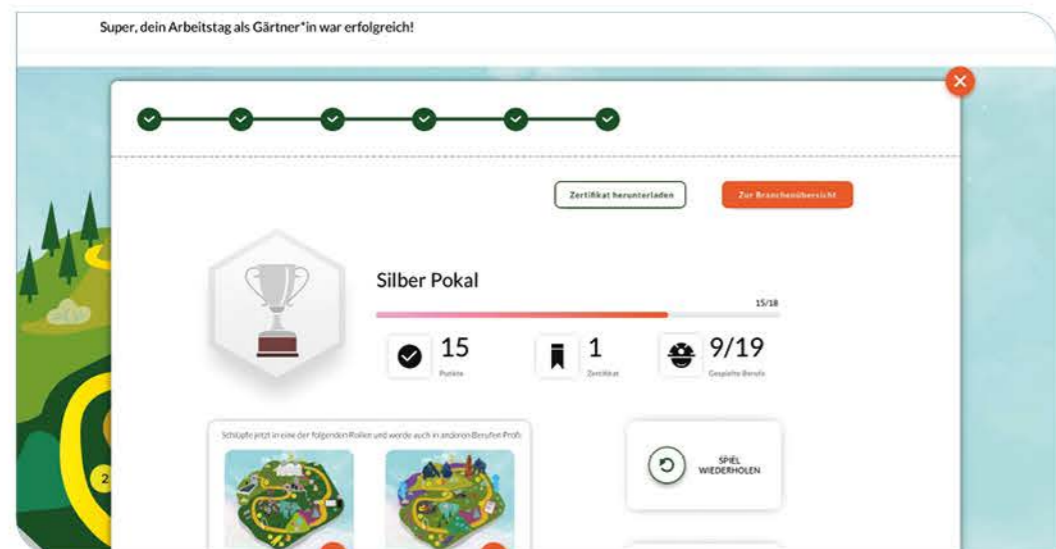
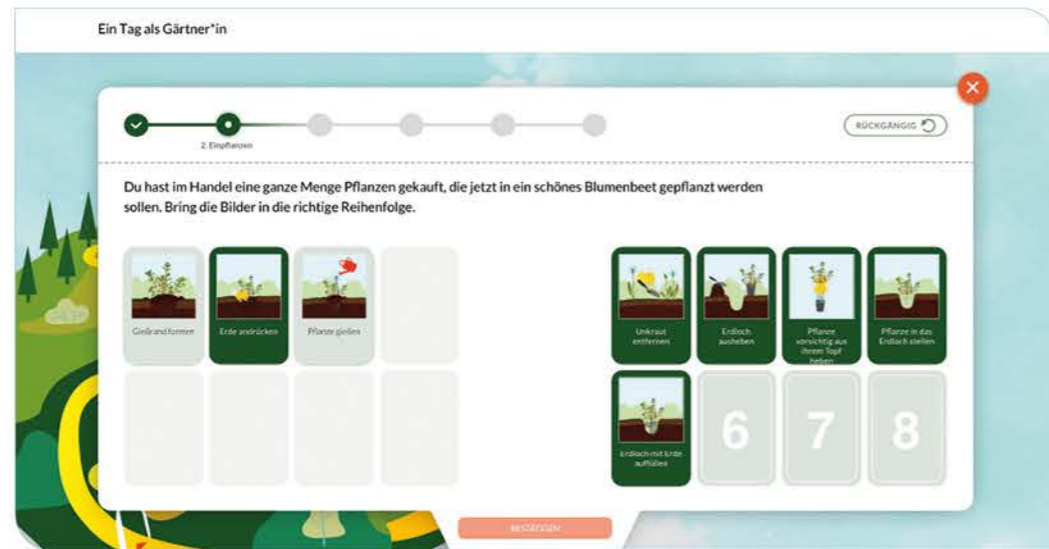
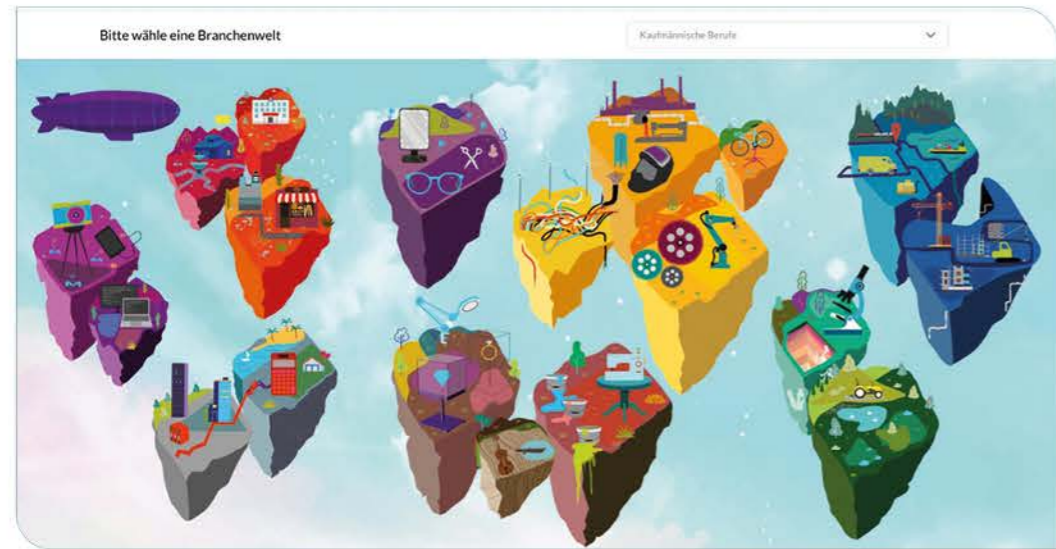
#seiDUAL
Das Virtuelle Event



#seiDUAL
Die Onlineplattform



#seiDUAL – Die E-Learning-Plattform



#seiDUAL – Filmische Aktivitäten
(Betriebsfilme, Innungsfilm, Erklärfilm & Imagefilme)



Ausbildung | Fachkraft für Abwassertechnik | Berliner Wasserbetriebe
QR-Code / Link > scannen oder klicken



#seiDUAL - Das Event 2021: Grußwort Senatorin Elke Breitenbach
QR-Code / Link > scannen oder klicken



#seiDUAL: nachhaltige und integrative Berufsorientierung
QR-Code / Link > scannen oder klicken



Englisch
#seiDUAL, the Berlin training initiative for intermedial and consistent career orientation
QR-Code / Link > scannen oder klicken

#seiDUAL-Unterrichtsmaterialien



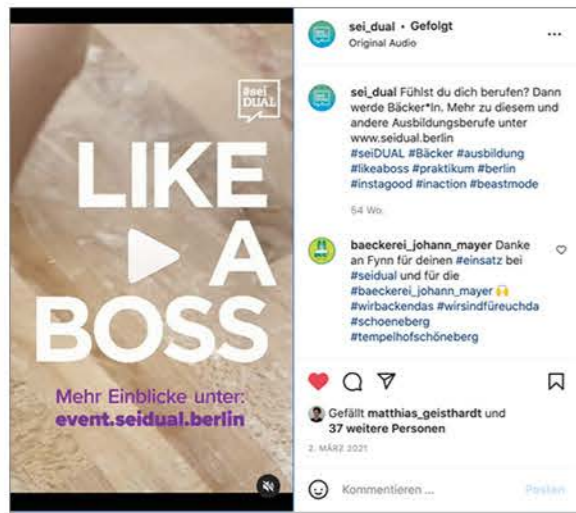
Oben: Der #seiDUAL-Lehrkräfteordner für diverse duale Ausbildungsberufe mit den Titelblättern von Vol. 1 und Vol. 2, sowie einer Auswahl an Inhaltsseiten. Alle Lehrmaterialien gibt es auch als interaktive PDFs zum Download auf der #seiDUAL-Onlineplattform.

Links: Das #seiDUAL-Betriebsheft 2020 mit hilfreichen Tipps für ein gutes Praktikum und eine erfolgreiche Ausbildung

Außenwerbung
(Partnerkampagne
A0 & 18/1 Hintergleis Plakate)



#seiDUAL-Social-Media-Aktivitäten



Instagram-Reel
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



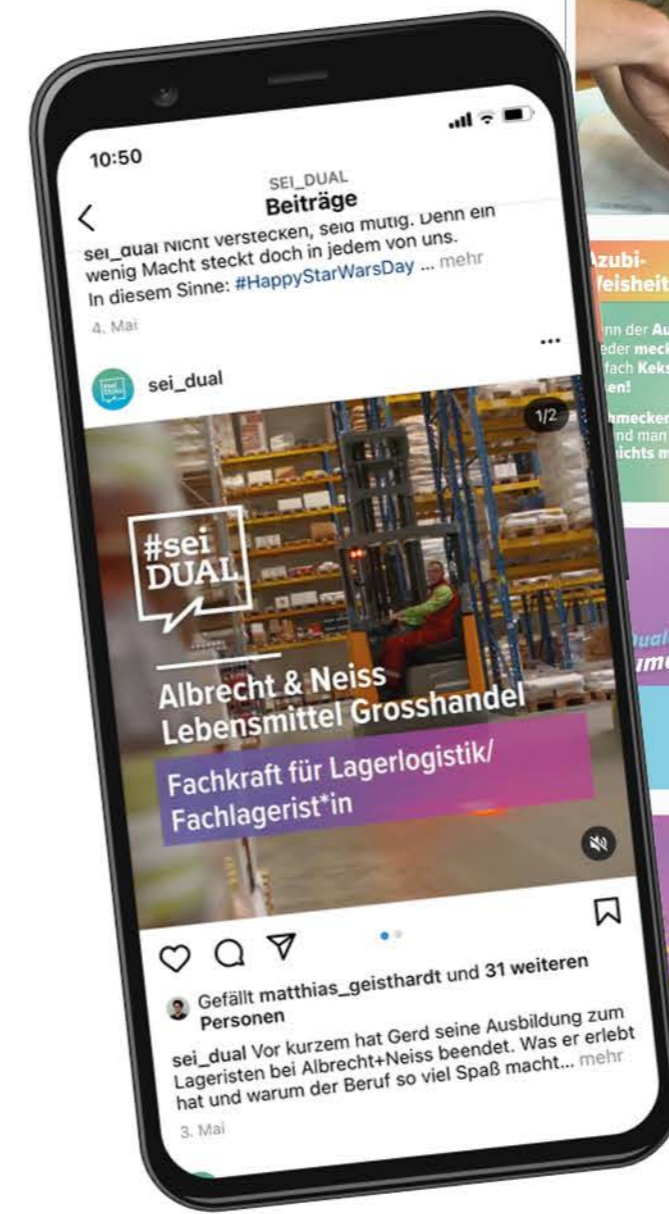
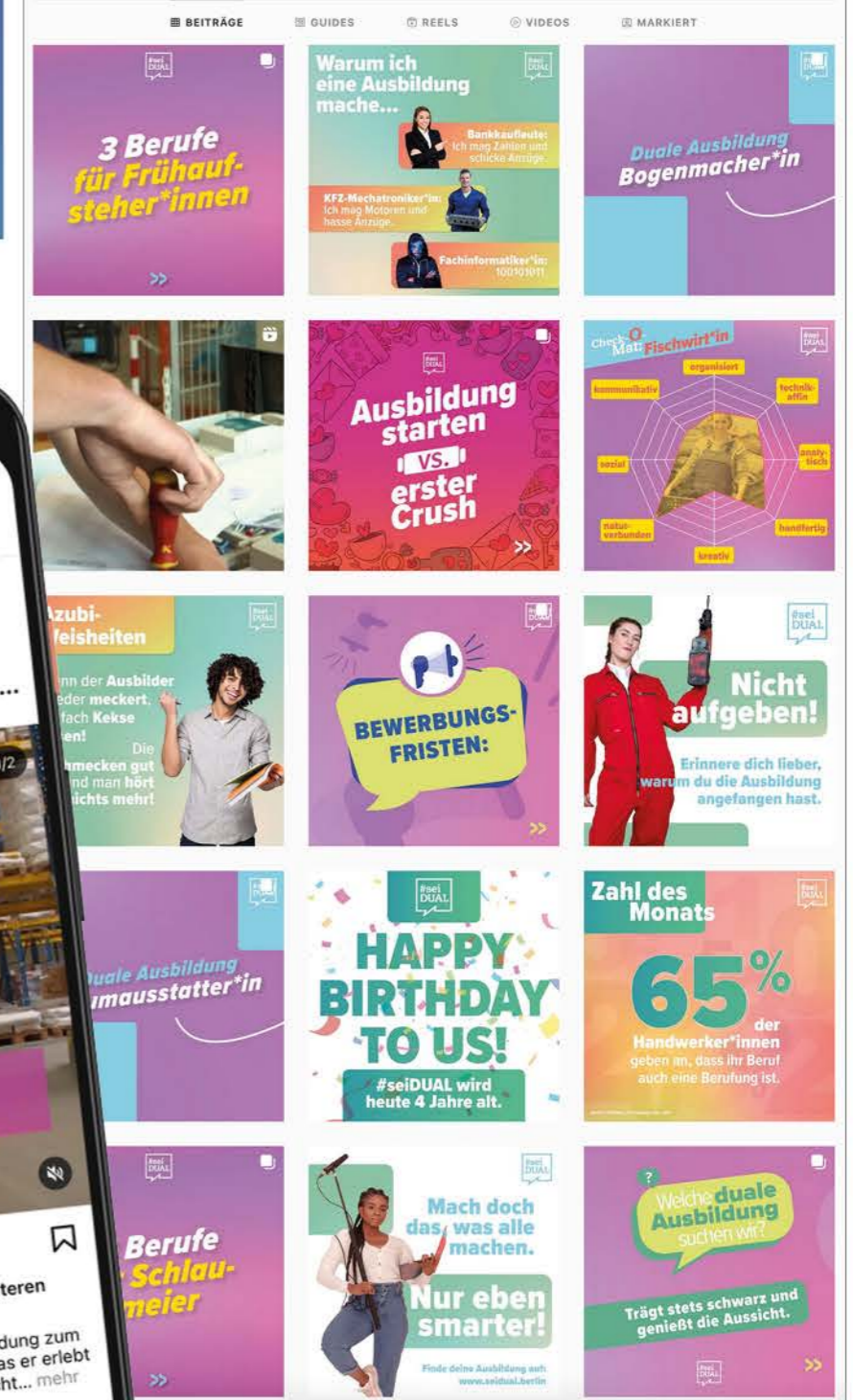
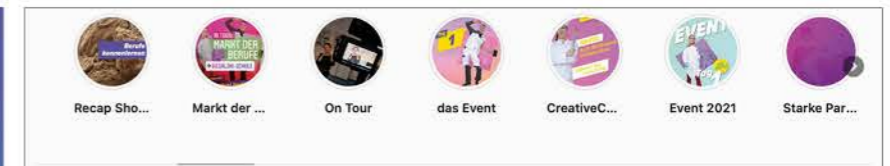
Instagram-Clip
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Instagram-Event-Teaser
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Instagram-Reel
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Veranstaltung

Berliner Präventionstages 2022

Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport

Durchführung des Berliner Präventionstages 2022 zum Thema „Prävention im Kontext Kindheit – Jugend – Familie“ im Auftrag der Landeskommision Berlin gegen Gewalt. Dieser Tag ist dazu gedacht, um wissenschaftlich-fachlichen Input zu Konzepten und fachlichen Diskursen in der Resilienz- und Empowerment-Konzepten zu vermitteln sowie einen Reflexions-, Lern- und Diskussionsraum für Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren zu schaffen, sowie Fachkräften zu qualifizieren.

Projektzeitraum: 2022

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Projektmanagement, Content Management, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Weiterentwicklung des Corporate Design BPT
- + Entwicklung und Gestaltung der kreativen Wort-Bild-Marke „Stark von Anfang an!“
- + Content Management für Social Media
- + Konzeption und Produktion von 6 informativen Videos und/oder Clips
- + Durchführung Berliner Präventionstag 2022 mit Rahmenprogramm, Fachvorträgen und Diskussionsrunden, partizipativen Formaten für den fachlichen Austausch, Workshops, Poster-Sessions, Verleihung des Berliner Präventionspreises
- + Veranstaltungsmanagement und Beratung mit Hygienekonzept, Technischer Umsetzung, Zeit- & Maßnahmenplan
- + Bühnengestaltung



Veranstaltungsplakat mit Wort-Bild-Marke
Proramübersicht



Einladung

Bühnenedwurf



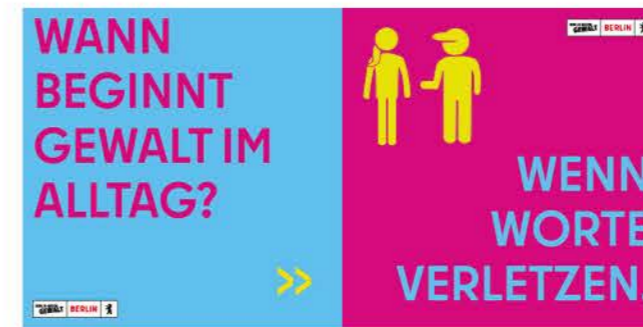
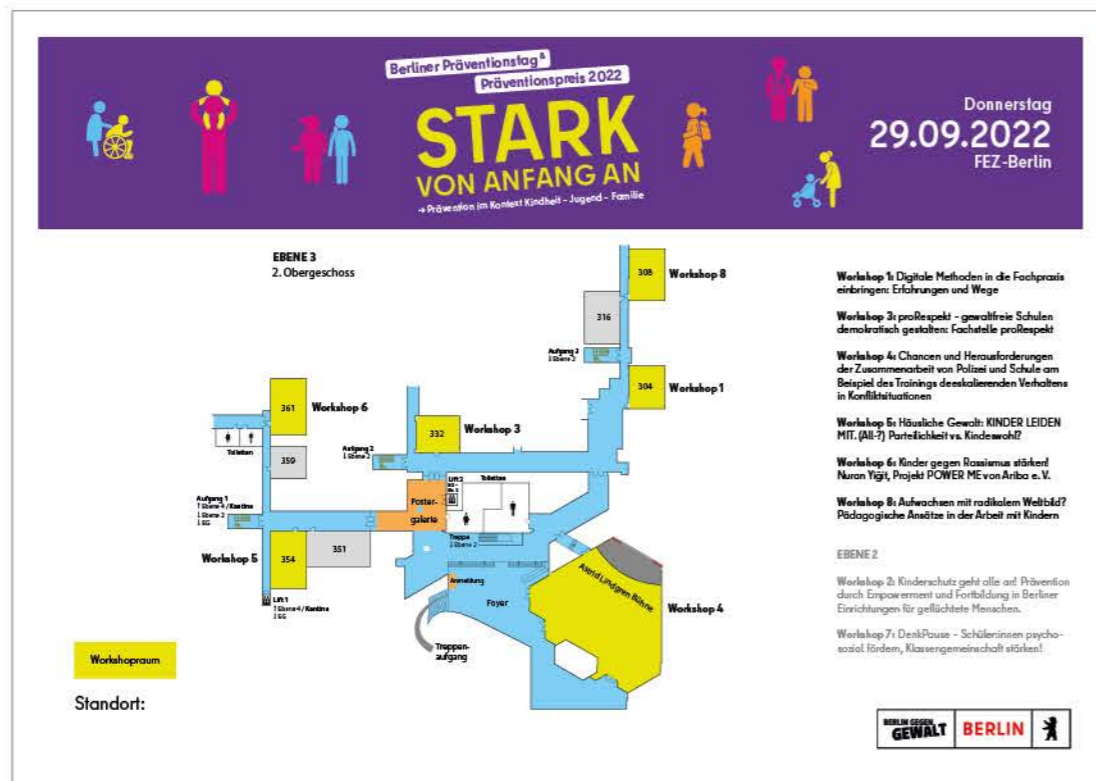


Postergalerie für die nominierten Projekte



Verschiedene Varianten der Social-Media-Postings vor und nach der Veranstaltung

Raumplan



Eventmanagement

#seiDUAL – Das Event

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Ziel der Veranstaltungen: erlebnisreiche Berufsorientierung mit positiven Zukunftsaussichten für Schüler*innen schaffen. Berliner Schüler*innen und Ausbilder*innen können an spannenden **Action-Points** persönlich miteinander in Kontakt kommen und einander auf Augenhöhe kennenlernen. **#seiDUAL – Das Event** trägt durch die Förderung der dualen Ausbildung zur Fachkräfte-sicherung auf dem Berliner Arbeitsmarkt bei.

Projektzeitraum: Seit 2019 fortlaufend

Kommunikationsbausteine: komplettes Kommunikationspaket

Maßnahmen

+ **Action-Points** der teilnehmenden Unternehmen: Schüler*innen haben Gelegenheit für den Beruf typische Aufgaben durchzuführen und praktische Einblicke in verschiedene Branchen zu bekommen.

+ **Vermittlung von Praktikums- und/oder Ausbildungsplätzen** direkt vor Ort

+ **Lehrkräfte-Lounge** mit Vorträgen für die Zielgruppe Lehrer*in

+ **Digitaler Ableger:**

#seiDUAL – Das virtuelle Event als Antwort auf die Corona-Pandemie: Ausbilder*innen und Azubis wenden sich mittels eines **Live-Streams** im 20-Minuten-Takt an ihre Zuhörer*innen und stellen sich und ihr Praktikums- und Ausbildungsangebot vor. Die Schüler*innen können via **Live-Chat** Fragen stellen. Neben beruflicher Orientierung geht es auch hierbei um die konkrete Praktikums- und Ausbildungsvermittlung.

Auftraggeber mit Anschrift:

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
Oranienstraße 106
10969 Berlin

Ansprechpartnerin beim Auftraggeber:

Jeannette Piechottka,
Abteilung Arbeit und Berufliche Bildung, II D 33
Tel: 030 9028 1176
Mail: Jeannette.Piechottka@SenIAS.berlin.de



#seiDUAL – Das Event 2022
Rückblick
QR-Code / Link > scannen oder klicken



#seiDUAL – Das Event 2021
Vox-Pops vom Event
QR-Code / Link > scannen oder klicken



#seiDUAL – Das Event
in der ufaFabrik
QR-Code / Link
> scannen oder klicken



2018



2019



#seiDUAL – Das Event 2021
Grußwort Senatorin Elke Breitenbach
QR-Code / Link > scannen oder klicken





Michael Müller, als Regierender Bürgermeister von Berlin Schirmherr von #seiDUAL, und Bezirksstadtrat von Tempelhof-Schöneberg Oliver Schworck



Elke Breitenbach, Senatorin für Integration, Arbeit und Soziales



Angelika Schöttler, Bezirksbürgermeisterin von Tempelhof-Schöneberg

Die Politik ist beeindruckt von den Events



Impressionen vom Event

Filmkampagne für die Pflegeschulen des Landes Brandenburg Bewerbung der neuen Pflegeausbildung

Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz des Landes Brandenburg

In Zusammenarbeit mit den staatlich anerkannten Pflegeschulen in Brandenburg wurden Filme zur Bewerbung der neuen Pflegeausbildung erstellt und eingesetzt. Die Filme porträtieren die Pflegeschulen als Akteure der neuen Pflegeausbildung und werden für die Akquise von Auszubildenden eingesetzt. Das Projekt ist Teil des Paktes für Pflege und dient der Unterstützung der Ausbildungsakteure im Berufsfeld Pflege zur Sicherung des notwendigen Fachkräftebedarfes..

Projektzeitraum: August 2021 – April 2022

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Film, Marketing, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Konzeptionierung, Organisation und Umsetzung von Werbefilmen für die Zielgruppe der potentiellen Auszubildenden in Brandenburg ab 15 Jahre mit Testimonials aus den Pflegeschulen
- + Konzeption und Einrichtung einer Landing-Page als Unterseite der Website des Pflegeschulbundes
- + Bewerbung der Filme über verschiedene Kanäle

Auftraggeber mit Anschrift:

Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz
Henning-von-Tresckow-Straße 2-13
14467 Potsdam

Ansprechpartnerin beim Auftraggeber:

Janine Rosendahl
Referat 27 – Pflege- und Soziale Berufe
Tel: 0331 866-5275
Mail: Pflegeberufereformgesetz@MSGIV.Brandenburg.de



Social-Media-Posts



Kundenfeedback

„Ich habe den Imagefilm unserer Geschäftsführung, dem Recruiting und der Presseabteilung gezeigt und alle sind begeistert. ... Tolle Arbeit von Ihrem Team. Wir freuen uns auf die Veröffentlichung unseres Imagefilmes!“

Anja Rummler

Schulleiterin
Ausbildungszentrum Gesundheit und Pflege Havelland GmbH, Nauen



Pflegestorys
Kampagnenfilm

Kundenfeedback

„Habe das Video heute dem Team gezeigt. Alle waren begeistert. Danke!“

Henri Fröhlich

Schulleiter der Pflegeschule Akademie für Sozial- und Gesundheitsberufe GmbH, Beelitz-Heilstätten



Pflegestorys
Schulfilm



Pflegestorys
Ausbildungsfilm



Pflegestorys
Best-of-Clip 1



Pflegestorys
Best-of-Clip 2

QR-Codes / Links zu den Filmen > scannen oder klicken

Webseitenauftritt

Digital Skills Map

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Berlin ist seit Ende 2017 Teil der Partnerschaft „Jobs & Skills“ der EU-Städteagenda. Ziel der Partnerschaft ist es, mit einem Aktionsplan konkrete Maßnahmen zur Beschäftigung und Qualifizierung in den Bereichen „bessere Regulierung“, „bessere Förderung“ und „besserer Wissenstransfer“ durchzuführen. Berlin bringt das Thema digitale Kompetenzen in der Aus- und Weiterbildung in die Partnerschaft ein. Um digitale Kompetenzen zu fördern und digitale Technologien in die berufliche Bildung integrieren zu können, werden erfolgreiche Projekte publik gemacht.

Projektzeitraum: seit 2019

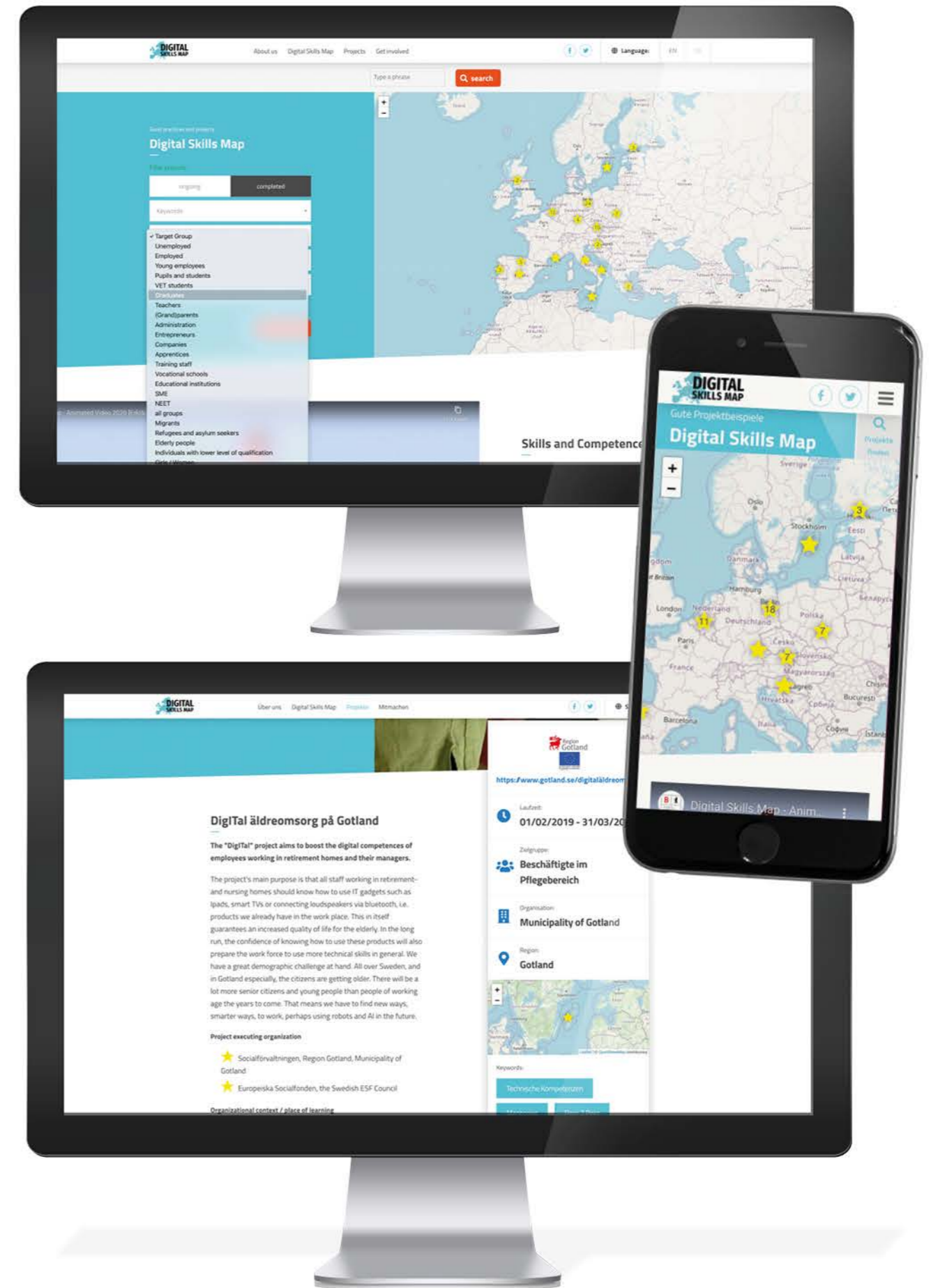
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design & Programmierung

Maßnahmen:

- + Programmierung und UX/UI-Design
- + Pflege der Internet-Plattform



▲ Logo des Projekts



Berliner Ausbildungsoffensive PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung

Projektzeitraum: Seit 1. August 2020, Launch am 3. Mai 2021

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign (vom Kampagnenlogo bis zu Plakaten unter Anwendung des neuen Berlin-CDs), Bilddesign (vom Bildkonzept über Fotoshootings bis zur High-End-Bildretusche), UX/UI Design & Programmierung, Texte, Social Media, Filme, didaktische Materialien

Hintergrund

Eine qualitativ hochwertige gesundheitliche und pflegerische Versorgung ist ein unverzichtbarer Teil der Daseinsvorsorge.

Seit 2020 gilt das neue Pflegeberufegesetz, mit dem die bisherigen Ausbildungen in der Gesundheits- und Krankenpflege und der Altenpflege zu einem Pflegefachberuf zusammengefasst sind. Nach erfolgreichem Abschluss der dreijährigen Ausbildung zur Pflegefachfrau/zum Pflegefachmann kann in allen Pflegebereichen (z. B. im Krankenhaus, in Pflegeheimen oder in der ambulanten Pflege) gearbeitet werden. Dadurch gibt es mehr berufliche Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten – nicht nur in Deutschland, sondern in allen Ländern der EU. Ziel ist, dem akuten Fachkräftemangel im Gesundheitswesen und in der Pflege entgegenzuwirken.

Ziele

- + Die Öffentlichkeit und vor allem junge Menschen über die Neuerungen im Pflegeberuf informieren
- + Junge Menschen für den neuen Pflegeberuf begeistern

Maßnahmen

- + Entwicklung einer crossmedialen Öffentlichkeits-Kampagne
- + Auspielung der Kampagnenmotive in Form von Plakaten und Anzeigen
- + Auspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram und YouTube)
- + Videoformate: Imagefilm, Interviews mit Pfleger*innen, Pflege-Pädagog*innen und Pflege-Azubis (Einsatz von Azubi-Botschafter*innen)
- + Radiowerbung auf peergruppengerechten Sendern wie KISS FM und FLUX FM
- + Ideenlabs zur Ermittlung und Entwicklung von Corporate Design und Corporate Identity sowie zielgruppengerechte Ansprache
- + Entwicklung eines Corporate Designs und einer Corporate Identity
- + Entwicklung der Kampagnen-Webseite www.pflege-deine-zukunft.berlin.de
- + Fotoshootings
- + Didaktisches Material



QR-Code / Link zur Webseite
> scannen oder klicken



QR-Codes / Links zum Kampagnen-Hauptfilm (links) und zu Einzelfilmen (unten)
> scannen oder klicken



Filmstills



Werbe-Deckenbanner in den S-Bahnen



Die Motive der Plakatkampagne, verwendet als DIN A1 und als freischwebende Big Banner (4 x 6 Meter) in Bahnhöfen



PFLEGE DEINE ZUKUNFT
pflege-deine-zukunft.de

PFLEGE ALS BERUF

Hier kannst Du testen, wie viel Du bereits über Pflegeberufe weißt. Du bekommst durch die Beantwortung der Fragen auch einen Eindruck von den Pflegeberufen. Schau Dir die Videos (Link rechts) dazu an. Das hilft bei der Beantwortung der Fragen.

1. WIE SEHST DU DIE PFLEGE BERUFE? (Fragebogen)

2. WIE SEHST DU DIE BERUFSBEREITUNG? (Fragebogen)

3. WIE VERDIENE ICH IN DER BERUFSBEREITUNG ZUM PFLEGEBERUF? (Fragebogen)

HANDEDESINFEKTION - WIE ES GEHT UND WARUM ES WICHTIG IST

Wusstest Du, dass eine der wichtigsten Maßnahmen zur Vermeidung von Infektionen die hygienische Händedesinfektion ist?

1. BEWERTUNGSAUFGABE

2. LÖSUNGSAUFGABE

ESSEN ANREICHEN

Essen ist doch super einfach! Naja, das stimmt so nicht immer.

1. ESSEN ANREICHEN UND PLATZHALT

HANDREICHUNG für Lehrkräfte, Eltern und UntersützerInnen

2. LÖSUNGSBLATT

9. KLASSE - Pflege als Beruf

9. KLASSE - Handdesinfektion

9. KLASSE - Essen anreichern

PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Fortführung und Erweiterung

Berufs- und Studienorientierungskampagne PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung

Projektzeitraum: 01.04.2022 bis 31.10.2022

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign (vom Kampagnenlogo bis zu Plakaten unter Anwendung des neuen Berlin-CDs), Bilddesign (vom Bildkonzept über Fotoshootings bis zur High-End-Bildretusche), UX/UI Design & Programmierung, Texte, Social Media, Filme, didaktische Materialien

Ziele

Die Kampagne #PflegeDeineZukunft hat zum Ziel mittels Formaten der Berufs- und Studienorientierung in Schulen und Betrieben mehr Jugendliche für eine Ausbildung in der Pflege zu motivieren. Eine flankierende Werbekampagne unterstützt und spricht weitere Zielgruppen für eine Pflegefachkraft- oder Pflegefachassistentenausbildung an.

Maßnahmen

- + Entwicklung von fachdidaktischen Konzepten und Materialien zur Berufsorientierung für die 7. bis 10. Klasse
- + Vermittlung, Vernetzung und Schulung:
 - Durchführung von IdeenLabs in Schulen zum Test der didaktischen Materialien
 - Schulung und Einsatz von Ausbildungsbotschafter:innen und Pflegebotschafter:innen in Schulen bei Projekttagen
- + Konzeption und Durchführung von Projekttagen zur Berufsorientierung in Kooperation mit Pflegeeinrichtungen an Schulen
- + Konzeption und Umsetzung einer Imagekampagne:
 - Entwicklung einer crossmedialen Öffentlichkeits-Kampagne
 - Ausspielung der Kampagnenmotive in Form von Plakaten und Schaltung als InApp-Werbung und Spotify-Werbung
 - Ausspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok)
 - Videoformate: Imagefilm, Interviews mit Senatorin, Staatssekretär und Pflege-Azubis (Einsatz von Azubi-Botschafter*innen)
 - Fotoshootings
- + Fortentwicklung und Erweiterung der Webseite www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



Köch*innen-Wettbewerb Creative Cup

elsweyer+hoffmann Berlin-Brandenburg GmbH

Der jährliche gastronomische Wettbewerb **Creative Cup** startete im Zusammenspiel mit unserem AOK Nordost-Projekt **FUTURE FOR US** im Jahr 2013 als **FUTURE FOR US Creative Cup Berlin-Brandenburg**.

Schirmherr von **FUTURE FOR US** und dem **Creative Cup Berlin-Brandenburg** war von 2010 bis 2017 der heutige Bundespräsident **Frank-Walter Steinmeier**.

Kochen ist mehr als nur eine Zubereitung von Nahrung. Kochen ist eine Kunstform mit ebenso vielen Facetten wie Geschmacksrichtungen. Das beweisen Koch-Azubis in diesem alljährlich stattfindenden Wettbewerb. Sie kreieren thematische Menüs und zeigen ihr Können am Herd. Für einen Abend vereint sich die Branche zu einem genussvollen Galaabend mit prominenten Gästen.

Ziel des Wettbewerbs ist es, die Berliner Gastro-Szene als attraktive*n Arbeitgeber*in für kommende Fachkräfte zu stärken.



Nach vielen erfolgreichen Veranstaltungen im **Ludwig-Erhard-Haus der IHK Berlin** wurde der Creative Cup im Jahr 2020 neu justiert. Als **Creative Cup Vegan-Vegetarisch** fühlt er sich von nun an dem modernen nachhaltigen Kochen verpflichtet. Der Wettbewerb greift die urbanen Entwicklungen in der Gastro-Szene aktiv auf und ist damit bundesweit der **erste**

und einzige Kochwettbewerb für vegan-vegetarische Gerichte.

Schirmherr dieses ersten Wettbewerbs war der damalige Regierende Bürgermeister **Michael Müller**.

elsweyer+hoffmann präsentiert das Event in Zusammenarbeit mit Berliner Innungen und Verbänden aus der Gastronomie sowie diversen Ausbildungsprojekten.

Projektzeitraum: Seit 2010

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit, Film, Eventmanagement, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Gestaltung, Planung und Umsetzung der Veranstaltung
- + Breitgefächerte Kommunikation zur Teilnehmer*innenakquise

Auftraggeber mit Anschrift:

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
Oranienstraße 106
10969 Berlin

Ansprechpartner beim Auftraggeber:

Jeannette Piechottka,
Abteilung Arbeit und Berufliche Bildung, II D 33
Tel: 030 9028 1176
Mail: Jeannette.Piechottka@SenIAS.berlin.de



Rückblick 2021

Interview
Sophia Hoffmann

Rückblick 2019

QR-Codes / Links zu den Filmen > scannen oder klicken



▲ Impressionen von den Veranstaltungen



▲ Social-Media-Header

▲ Dokumentation

Kommunikationsmittel und -strategie

Vermarktung der BGF Koordinierungsstellen Berlin und Brandenburg

vdek – Verband der Ersatzkassen e. V.

Zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der BGF Koordinierungsstellen Berlin und Brandenburg wurde ein Erklärfilm produziert, der die Vorteile der betrieblichen Gesundheitsförderung für Unternehmen in leicht verständlicher Weise präsentiert.

Projektzeitraum: 2021

Kommunikationsbausteine: Erklärfilm

Maßnahmen

+ Konzeption, Gestaltung und Produktion eines Erklärfilms

Auftraggeber mit Anschrift:

Verband der Ersatzkassen e. V. (vdek)
Landesvertretung Berlin/Brandenburg
Friedrichstraße 50-55
10117 Berlin

Ansprechpartnerin beim Auftraggeber:

Rebecca Zeljar, Stellvertretende Leiterin der Landesvertretung
Tel.: 030 25 37 74 – 20
Mail: rebecca.zeljar@vdek.com



BGF Erklärfilm
QR-Codes / Link
> scannen oder klicken

Ausbildungsprojekt

Hauswirtschaft... immer wieder neu!

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels in der Gesellschaft gibt es einen steigenden Bedarf an ausgebildeten Hauswirtschafter*innen. Das Berufsfeld nimmt eine herausragende Rolle bei der Versorgung und Betreuung einer Vielzahl von Bevölkerungsgruppen ein. Im Ausbildungsberuf Hauswirtschafter*in ist die Abbrecherquote besonders hoch. Die damit einhergehende Versorgungslücke bei den hauswirtschaftlichen Dienstleistungen muss durch gezielte Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und einer Imageverbesserung geschlossen werden.

Projektzeitraum: seit 2015

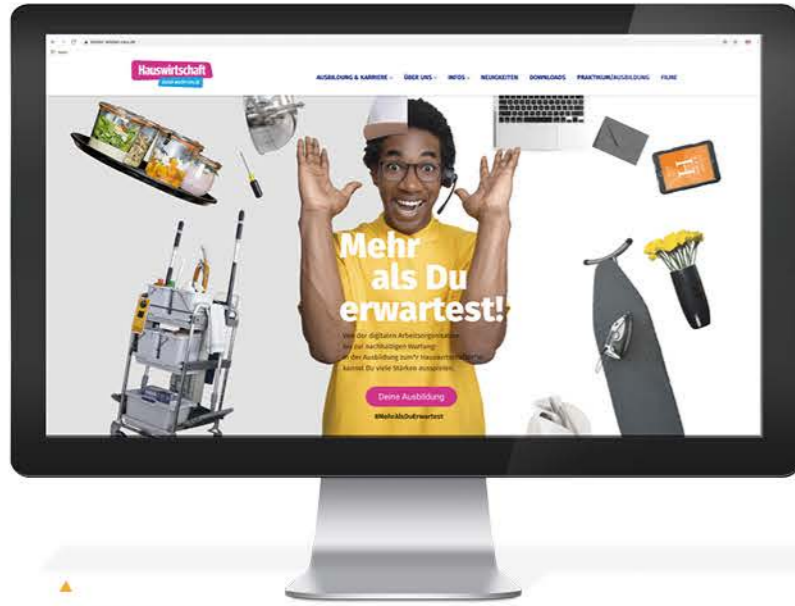
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit, Film, Eventmanagement, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

- + Design und Programmierung der Webseite www.immer-wieder-neu.de (mit eigenem Blogbereich)
- + Teilnahme und Durchführung von Veranstaltungen zur Berufsorientierung sowie Realisierung von Ausbildungskampagnen im Berliner Stadtraum (z. B. „Kulturbuntes Matching“)
 - + Vermittlung von Betriebskontakten für Praktika und Ausbildungsplätze im Berufsfeld Hauswirtschaft
 - + Durchführung von didaktisch anspruchsvollen Workshops zum Ausbildungsberuf Hauswirtschafter*in für Ausbilder*innen und Auszubildende
 - + Bereitstellung von didaktischen Lehrmaterialien für den WAT-Unterricht an Schulen sowie im Rahmen der hauswirtschaftlichen Ausbildung
 - + Vernetzung mit Ausbildungsbetrieben, Schulen sowie Fachverbänden und weiteren Experten aus dem Berufsfeld Hauswirtschaft
 - + Kampagnenkommunikation durch eigene Social-Media-Kanäle (Instagram, Facebook, Pinterest)
 - + Veröffentlichung von Presseartikeln in Fachmagazinen und weiteren Printmedien



▲ Plakate und Postings der Kampagne 2021



Internetpräsenz

Hauswirtschaft

immer-wieder-neu.de

Hauswirtschaft

immer-wieder-neu.de

Hauswirtschaft

immer-wieder-neu.de

Entwicklung der Wort-Bild-Marke

Werde ein
Alleskönner!

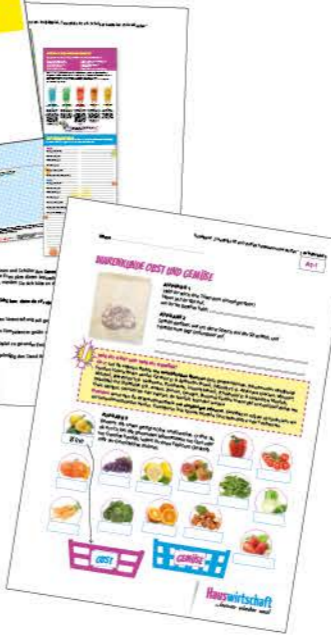
Planungsheld · Marketingtalent · Versorgungsprofi



Konzeption der Kampagnenmotive und Durchführung des Fotoshootings



Arbeitsblätter aus dem Lehrkräfte-Ordner



Betriebe-Ordner

Lehrkräfte-Ordner



Info-Flyer in mehreren Sprachen

Social-Media-Aktivitäten u.a. mit von e+h produzierten Filmen



Veranstaltung

Aktionstag Hauswirtschaft

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Mit Unterstützung der Neuköllner Bezirksbürgermeisterin Dr. Franziska Giffey, fand der Aktionstag u.a. in der Rathauskantine des Bezirksamts Neukölln statt.



Veranstaltung

Kulturbuntes Matching

elsweyer+hoffmann in Kooperation mit der IHK Berlin, AOK Nordost und der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Bei dieser Veranstaltungsreihe steht das Matching von Jugendlichen aus berufsorientierenden Lehrgängen der Oberstufenzentren und Willkommensklassen mit Vertreter*innen aus Betrieben im Mittelpunkt. Dabei wird den Jugendlichen die Vielfalt des Berufs Hauswirtschafter/Hauswirtschafterin mit seinen Chancen und Perspektiven vorgestellt. Bei der aktiven Zusammenarbeit zwischen Jugendlichen und Vertreter*innen der Betriebe wird die Kontaktschwelle gesenkt und ein nachhaltiges Matching ermöglicht.



Veranstaltungslogo

Integration trifft Wirtschaft

Dokumentationsbuch

Integration trifft Wirtschaft

SETCARD

Name
Ugiae Nis Voluptatem

Vorname
Plaut vondaerum

Geburtsdatum **00.00.0000**

E-Mail **Ugiae@nisvoluptatem.de**

Telefonnummer **00000000000000**

Andere Kontaktmöglichkeit
Plau facia de volorempossi diat aut ommodis sitaturero od modistori di reptatur Apicil Ibusdam aut utepernam volorro.

Integration trifft Wirtschaft

MATCHING SAMMELKARTE

Matching A	Matching B
Matching C	Matching D
Matching E	Matching F

Partners:

Sedcards

Stempel-Sammelkarte



Kommunikationsmaßnahmen

Topfit mit der AOK Nordost, ehem. FUTURE FOR US

AOK Nordost – Betriebliches Gesundheitsmanagement

Zur Erfüllung ihrer Präventionspflicht hat die AOK Nordost eine Netzwerk-Initiative ins Leben gerufen. Mit den Modulen Ernährung, Bewegung, Stress- und Suchtprävention wird ein Bewusstsein für die mentale und physische Gesundheit von Azubis geschaffen. Gleichzeitig werden Geschäftskunden der AOK Nordost aus Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern dazu motiviert, sich stärker im Bereich BGM für ihre Azubis einzusetzen. Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier war Schirmherr der Initiative. Zusammen mit Starkoch Johann Lafer unterstützte er persönlich die Veranstaltungen der Initiative.

Projektzeitraum: 2010 bis 2019 als „FUTURE FOR US“, danach als „Betriebliches Gesundheitsmanagement“

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Eventmanagement, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

- + Kommunikation im B2B-Bereich
- + Print-Dokumentationen
- + Begleitung und Dokumentation von Veranstaltungen via Social Media (Facebook, Instagram und YouTube)
- + Inhaltliche Ausgestaltung und Durchführung von Workshops (2018 und 2019 über 100 Workshops), Seminaren und Exkursionen für Auszubildende in Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu den Themen Ernährung, Bewegung, Stress und Sucht mit Wettbewerbscharakter
- + Veranstaltung mit Wettbewerbs-Komponente: FUTURE FOR US
- + Evaluation und Dokumentation aller Tätigkeiten und Aktionen
- + Wettbewerbscharakter
- + Veranstaltungen mit Wettbewerbs-Komponente
- + Evaluation und Dokumentation aller Tätigkeiten und Aktionen

Frank-Walter Steinmeier, 05.2010 bis 02.2017 Schirmherr von FUTURE FOR US



Erlebe neue Wege mit Deiner AOK – Die Gesundheitskasse

Logo

ANLEITUNG ZUR SCHÜLERFIRMA VERARBEITUNG

- 1. WAS MÜSSEN WIR WISSEN? RECHERCHEPHASE**
 - Was ist eine Firma? Was ist ein Unternehmen?
 - Welche Rechtsformen gibt es?
 - Welche Rechtsformen kommen in der Schule in Frage?
 - Was bedeutet gesunde Ernährung und Prävention?
 - Was bedeutet Nachhaltigkeit?
 - Welche Verarbeitungsmethoden existieren?
- 2. DIE GESCHÄFTSIDEE WIRD ENTWICKELT**
 - Wie lautet die Geschäftsidee unserer FUTURE FOR US Schülerfirma?
 - Was unterscheidet uns von anderen Schülerfirmen? (Anbindeplanung mit Konsumbeobachtung)
 - Anzahl der Teilnehmenden festlegen
 - Unternehmensnamen festlegen
 - Firmennamen finden
 - Business- und Marketingplan entwickeln
 - Startkapital und Finanzierung klären (z.B. Sponsoren finden)
- 3. WIE GEHT'S LOS? GRÜNDUNGSPHASE**
 - Produktbeschaffung klären: Woher beziehen wir unsere Produkte? (z.B. Kooperation mit FUTURE FOR US Schülerfirmen „Anbau“, Bio-Bauern, Bio-Märkte, Cafeterias etc.)
 - Vertriebsorte und -möglichkeiten finden: Wo können wir das Produkt verkaufen? (z.B. FUTURE FOR US Kooperationspartner ansprechen, Verkaufstische vor Ort, Bio- und Frische-Märkte anwerben)
 - Umfang der Leistungen unserer FUTURE FOR US Schülerfirma festlegen (Rezepte, Arbeitsmittel etc.)
 - Räumlichkeiten finden (z.B. Büro, Küche, Lager)
 - Arbeitsrechtliche Festlegen
 - Versicherungsfragen klären
 - Geschäftsführer bestimmen
 - Firmenstempel gründen
 - Buchhaltung anfragen
 - Finanzierung von Arbeitsmitteln
 - Einleitungsregeln klären
 - Arbeitsregeln zuordnen
 - Projektkosten und Arbeitszeiten festlegen (Zielzeit)
 - Über Sicherheit am Arbeitsplatz informieren
 - Hygiene-Grundlagen erarbeiten
 - Mengenkapazität und Verkaufsmöglichkeiten klären (z.B. Kooperation mit FUTURE FOR US Schülerfirmen „Handel & Verkauf“ auf Schulfest, als Catering, auf Veranstaltungen etc.)
 - Lieferzeit bestimmen und festlegen (Zeitplan)
 - Werbemaßnahmen überlegen (z.B. Flyer, Internetauftritt, Geschäftsausstattung)
 - Wie kann der Erfolg gemessen werden? Instrumente der Erfolgsmessung festlegen
 - Was machen wir mit dem Gewinn? Gewinnerverwendung in Zusammenarbeit mit der Schule festlegen
 - Segenstagen bei möglichen Verlusten überlegen
- 4. SUCHE NACH PROJEKT- UND HANDELSPARTNERN**
 - Für Beschaffungs-, Einkaufs- und Verkaufsmöglichkeiten
 - Für Informationsveranstaltungen (z.B. Bio-Siegel, Produktinformationsblätter)
 - Andere FUTURE FOR US Schülerfirmen finden, die Waren und Produkte liefern
- 5. DURCHFÜHRUNG**
 - Rezepte vorbereiten
 - Darreichungsform und Verpackungen überlegen
 - Zutaten und Verpackung (z.B. Gläser, Etiketten) besorgen
 - Preise für Einzel- und Mehrpackung festlegen (Kostendeckung)
 - Vermarktung
 - Hygienevorschriften beachten
 - Testessen verkosten
 - Abkühlen
 - Handhygiene
 - Transportlogistik der Waren/Produkte
 - Laufende Buchhaltung
- 6. WOMIT STEHT UNS DIE AOK ZUR SEITE?**
 - Bei der Suche nach regionalen Wirtschaftspartnern z.B. Sponsoren für die Beschaffung von Produkten, der Produktion, des Vertriebs und der Betriebsorganisation, nach Öko-Betrieben, Händlern oder Banken
 - Unterstützung bei Anträgen, Projektfragen und Planarbeiten
 - Zusätzliche Werbung durch Synergieeffekt der FUTURE FOR US Kampagne und Teilnahme einer FUTURE FOR US Schülerfirma an Preisaktionen der AOK
 - Einleitung von Exkursen der FUTURE FOR US Kooperationspartner und der AOK zu ausgewählten Themen
 - Die AOK bietet Grundwissen rund um die gesunde Ernährung zu Inhalten und Rezepten
- 7. SCHULJAHRESABSCHLUSS**
 - Gewinn/Verlust
 - Projektbeurteilung
 - Abschlussbericht für FUTURE FOR US Projektpartner
 - Zukünftige Zielsetzung

www.aok-on.de/nordost

Infopläne / Leporello

ZUKUNFT IN BESTEN HÄNDEN
ANLEITUNG ZUR SCHÜLERFIRMA ANBAU

Flyer



Kleidungsbranding

Fotodokumentation





Abb. 7 ▶



Abb. 11



Abb. 8



Abb. 12



Abb. 9

Abb. 7
Dokumentationen
Creative Cup

Abb. 8
Seminar- und Exkursionsplan

Abb. 9
Flyer

Abb. 10
Messewand

Abb. 11
Fotobuch

Abb. 12
Unterrichtsmaterial

Abb. 13
Leporello



Abb. 10



Abb. 13 ▶



Langjährige Betreuung

Verschiedene Designaufträge

Brandenburgische Landesstelle für Suchtfragen e.V.

Die Brandenburgische Landesstelle für Suchtfragen e.V. arbeitet als landesweite Koordinationsstelle in den Bereichen Suchthilfe, Suchtselbsthilfe und Suchtprävention. Ihre Aufgabe liegt in der Weiterentwicklung, Förderung und Koordination von Suchtprävention sowie Suchtkrankenhilfe im Land Brandenburg. Zur Kommunikation aktueller Angebote zur Prävention und Behandlung von Suchterkrankungen werden diverse Grafikleistungen konzipiert und umgesetzt. Aktuell wird unter anderem an einer Neukonzeptionierung des Corporate Designs sowie eines neuen Projektlogos für „vulnerable Zielgruppen“ gearbeitet. Ein Projektmagazin informiert Vertreter*innen zielgerichtet in abgestimmter Farbgebung.

Projektzeitraum: Seit 2008

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Neugestaltung des Logos und der Icons für die gesamte BLS
- + Gestaltung eines Projektlogos für vulnerable Zielgruppen sowie Entwicklung des neuen Projektnamens „selbstbestimmt“
- + Konzeption, Gestaltung und Produktion eines Messestandes
- + Konzeption und Gestaltung von Broschüren, Postkarten, Flyern, Plakaten sowie Merchandise-Artikeln
- + Gestaltung eines Projektmagazins für Vertreter*innen der Suchtprävention
- + Gestaltungsideen für die neue Projektseite auf der Webseite



Give-away „Finger weg!“-Handyhülle aus Filz



Falzflyer inkl. Plakat



Neu gestaltetes bls-Logo



Neu gestaltetes selbstbestimmt-Logo



Messestand



Plakat



DIN A5-Informationsbroschüre

Personalkampagne

#werdesimeon

Diakoniewerk Simeon gGmbH

Das Diakoniewerk Simeon gGmbH ist eine soziale, gemeinnützige Organisation, die im Namen der evangelischen Kirche Hilfebedürftige unterstützt und für sie eintritt. Mehr als 1.200 Mitarbeitende sind unter dem Dach des Diakoniewerks Simeon an fast 90 Standorten in Berlin und Brandenburg für und mit Menschen tätig. Mit einer gezielten Personalkampagne will das Diakoniewerk Simeon gGmbH Fachkräfte in den Bereichen Jugend-, Pflege- und Behindertenarbeit gewinnen. Da die soziale Arbeit mit viel Empathie verbunden ist, stellt die ganzheitlichen Print-, Film- und Online-Kampagne Menschen in den Vordergrund. Die eigenen Mitarbeiter*innen wurden Botschafter*innen für den*die eigene*n Arbeitgeber*in. Dazu wurden emotionale und authentische Bilder von Mitarbeiter*innen erzeugt, die durch sympathische Slogans untermauert sind.

Projektzeitraum: 2018 - 2019

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film

Maßnahmen

- + Foto-Shootings und Filmdrehs mit Mitarbeiter*innen der Diakoniewerk Simeon gGmbH
- + Ausspielung der Kampagnenmotive als Plakate, CityCards und Anzeigen
- + Kommunikation der Motive über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Ausspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)



Film Stills



Die Kampagnenmotive als Plakat (oben rechts und unten)

QR-Codes / Links zu den Kampagnen-Hauptfilmen
» scannen oder klicken



Hier kannst du dich entfalten!



Dein Strahlen begeistert uns!



Unsere Vielfalt lebt von deiner Farbe!



Kampagnenmotive 1 - 4 als Plakat ▶

Kommunikation

Kommunikationsmaterialien & Messeauftritt

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

Der Wirtschaftsverband „Die Deutsche Bauindustrie“ vertritt die Interessen der deutschen Bauindustrie gegenüber dem*der Gesetzgeber*in, der Regierung und der Verwaltung. Als Arbeitgeber*innenspitzenverband nimmt der Verband sozial- und tarifpolitische Interessen gegenüber Gewerkschaften, Öffentlichkeit und Staat wahr. Die planen bauen 4.0 GmbH ist eine Initiative aller relevanten Verbände und Kammerorganisationen der Wertschöpfungskette Planen, Bauen und Betreiben in Deutschland.

Projektzeitraum: seit 2002

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Eventmanagement, Projektmanagement

Maßnahmen

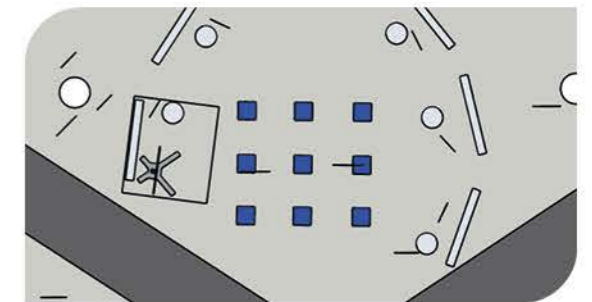
- + Gestaltung und Produktion eines Messestandes, einer Lounge und einer Matching-Veranstaltungen für den „Tag der Deutschen Bauindustrie“
- + Neugestaltung des Verbandslogos, diverse Banner, Einladungen und Broschüren
- + Konzeption und Umsetzung des Buches „Bauindustrie international“ sowie der PBDE-Denkschrift 2011
- + Flyerserien „Technische Briefe“ und „Bundesfachabteilung“
- + planen bauen 4.0 GmbH
 - + Überarbeitung des Logos
 - + Entwicklung und Gestaltung eines Corporate Designs, inkl. CD-Manual
 - + Gestaltung eines Messestands, Roll-ups und der Geschäftspapiere
- + Newsletter „THERMinator“ (Bundesfachabteilung Wärme-, Kälte-, Schall- und Brandschutz, seit 2016)
 - + Entwurf, Layout und Reinzeichnung
 - + Illustration der THERMinatorfigur
 - + Neu-Design des Newsletters mit neuem Basis-layout in InDesign, mit Musterseiten, Absatz- und Zeichenformaten, Farbpalette (seit 2020)



▶ Matching-Veranstaltung mit Firmenvertretern der Deutschen Bauindustrie und interessierten Schüler*innen.



▶ Stand der Landesvertretungen



▶ 3-D-Entwurf der DBI-Lounge mit integrierter Info-Säule (oben links) und Stand der Landesvertretungen (unten rechts)



DBI-Lounge des Ausschusses großer Unternehmen der Bauindustrie (Foto zeigt die Lounge im Jahr 2016)

Messeplan

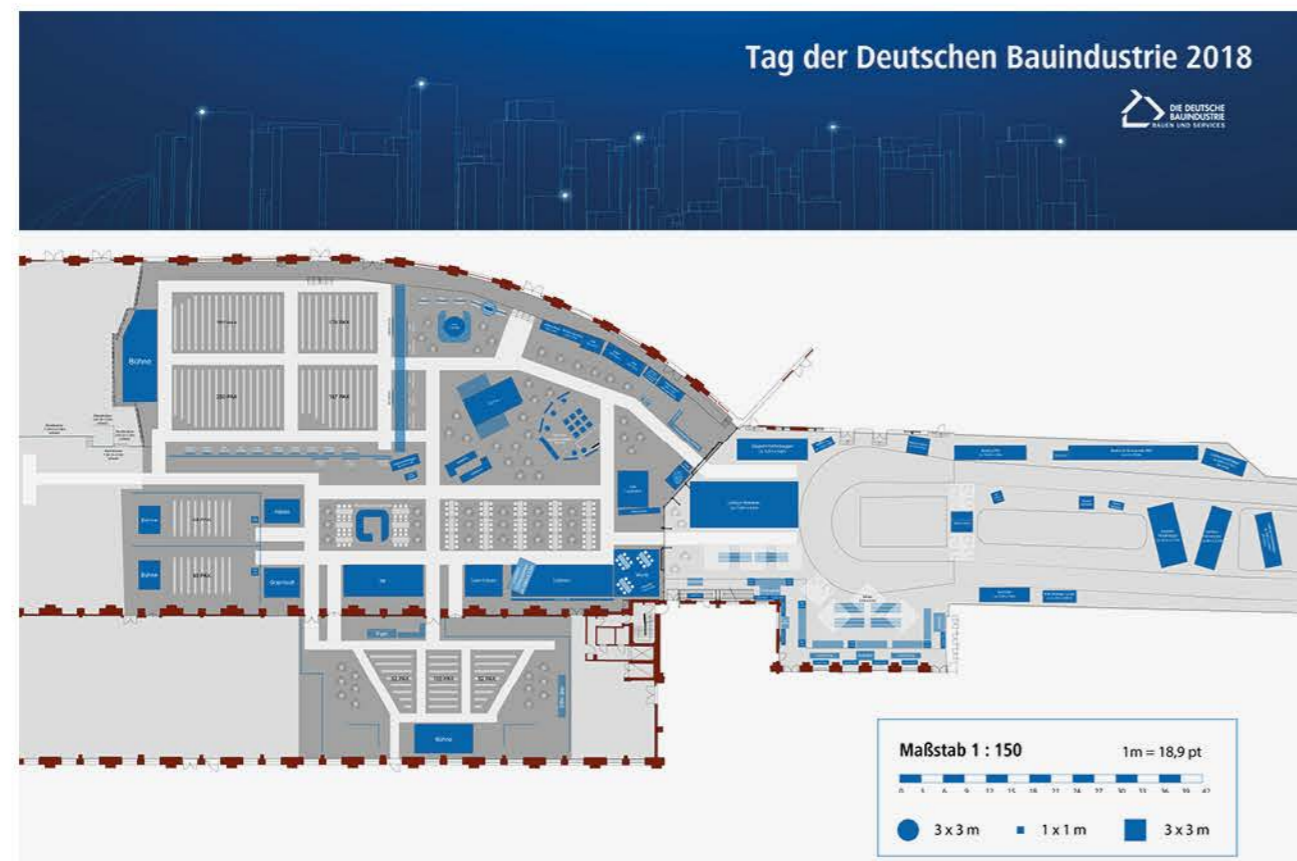


Info-Säule der Deutschen Bauindustrie International



DBI-Messestand

Messefahne





Design neues Hauptverbandslogo
4C | negativ | schwarz-weiß



Newsletter THERMinator, DIN A4



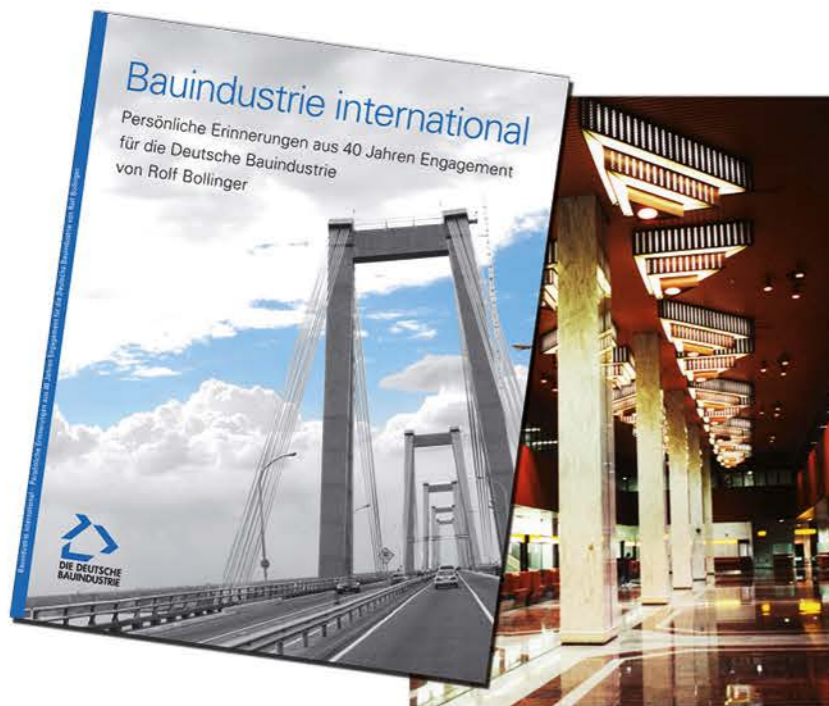
Banner
Format 150 x 600 m l
Fahnen Tuch (B1)
Digitaldruck | Aufhängung doppelte
Bannereinrichtung



Icon-Illustration THERMinator



Buch „PBDE – Denkschrift 2011“
72 Seiten geschlossenes Format
174 x 240 mm Klebebindung
4/0 farbig Euroskala
Auflage: 1.500



Buch „Bauindustrie international“ | 133 Seiten | Berliner Broschüre | 200 x 259 mm | 4/0 farbig Euroskala | Auflage: 2.000



Kommunikationsmaßnahmen

Vermarktungskonzept und Teambuildingmaßnahmen

AOK Nordost

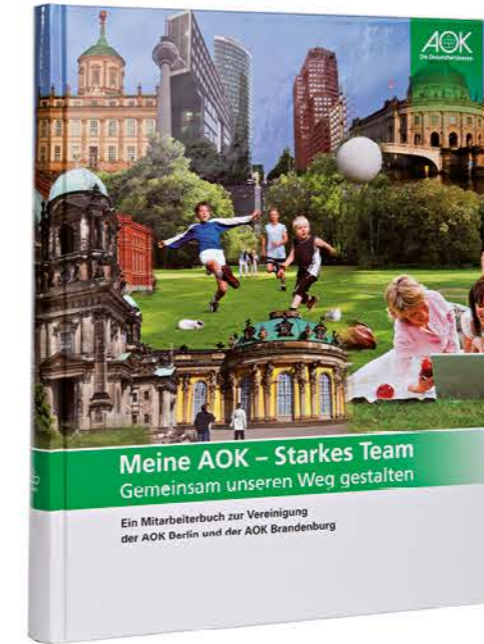
Die AOK Nordost, allgemeine Ortskrankenkasse für Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern, fusionierte 2011, nachdem sich bereits ein Jahr zuvor die AOK Berlin und AOK Brandenburg zusammengeschlossen hatten. Wie können sich die Mitarbeiter*innen mit allen drei Bundesländern identifizieren und die jeweiligen Verwaltungsbestimmungen kennenlernen? Das Brettspiel „Tour de AOK“ und ein Mitarbeiter*innenhandbuch stellen die drei Regionen kurzweilig vor. Zur neu fusionierten AOK Nordost gehörte auch ein neues Vermarktungskonzept, um Inhalte auch nach außen hin adäquat kommunizieren zu können.

Projektzeitraum: seit 2002

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

- + Entwicklung eines Mitarbeiter*innenspiels in Form eines Tools zum Teambuilding: Reise durch die Bundesländer, Wissenswertes über Bundesländer und AOK
- + Konzeption, Text und Gestaltung eines Mitarbeiter*innenbuches
- + Vorstellung der regionalen Tätigkeiten der neuen AOK Nordost
- + Logo-Entwicklung für die Horizont Konferenz-Etage (Bildmarke greift ästhetische Teilelemente des Konferenz-Mobiliars auf)
- + Fotoshooting
- + Konzeptentwicklung Website



▶▶
Buch
Auflage: 6.500
Umfang: 380 Seiten



▶▶
Brettspiel „Tour de AOK“
Stulpschachtel 373 x 273 x 55 mm |
Spielplan 527 x 361 mm offenes Format |
4/4 farbig Euroskala, Auflage: 6.500



Diverse Printprodukte

Geschäftsausstattung

Deutscher Städte- und Gemeindebund

Der Deutsche Städte- und Gemeindebund vertritt als kommunaler Spitzenverband die Interessen der kommunalen Selbstverwaltung kreisangehöriger Städte und Gemeinden in Deutschland und Europa.

Projektzeitraum: seit 2002

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

Gestaltung und Produktion der Geschäftsausstattung (Visitenkarten, Urkunden, Grußkarten, Rollups etc.)



Urkundenserie
| Klappkarten | DIN A5



Memokarte | DIN lang



Rollup | 100 x 200 cm



Visitenkarten | zweisprachig



Visitenkarte Präsidium | Klappkarte



Visitenkarten

Image-Kampagne

Zuhause ist hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Unter dem neuen Slogan „Zuhause ist hier“ bietet die Bezirksverwaltung auf einer neuen Homepage sowie auf weiteren modernen Kommunikationswegen der Social Media Freizeittipps, Geschichtswissen über den Bezirk sowie Stellenausschreibungen an.

Einen besonderen Stellenwert haben die per Film aufbereiteten Kiezspaziergänge der Bezirksbürgermeisterin, die auf der Webseite und auf den Social-Media-Kanälen nachverfolgt werden können.

Projektzeitraum: 2020

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Film www.zuhauseisthier.berlin.de

Maßnahmen

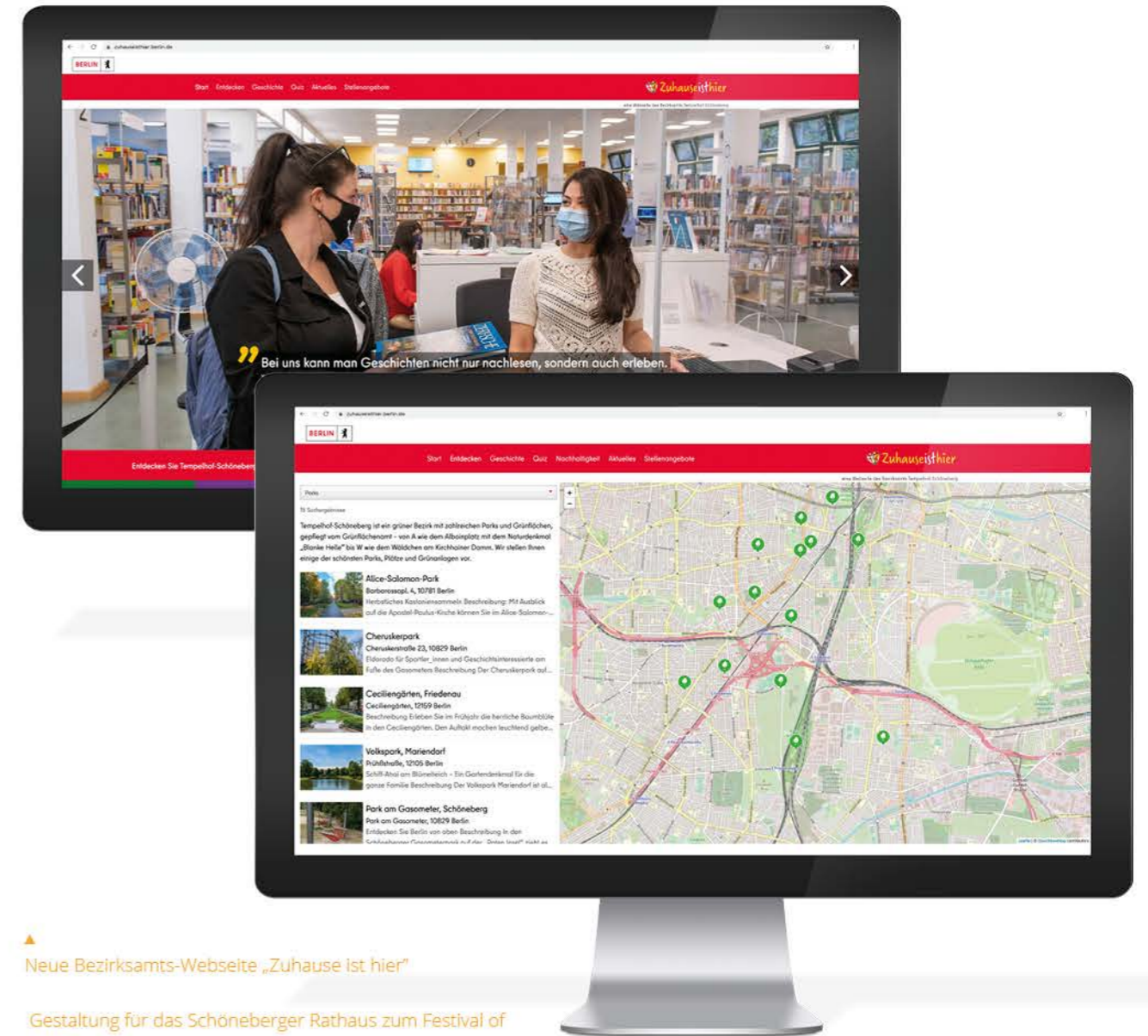
- + Entwicklung der Wort-Bild-Marke „Zuhause ist hier“
- + Entwicklung einer kreativen Leitidee
- + Fotoshootings und Dreharbeiten für die gesamte Kampagne
- + Kampagnen-Webseite www.zuhauseisthier.berlin.de
- + Digitale Kiezspaziergänge und digitales Weihnachtssingen
- + Kommunikation der Inhalte über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Auspielung der Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Ein besonderes Highlight stellte die Gestaltung der Beleuchtung des Rathauses Schöneberg im Rahmen des Festival of Lights dar



▲ Kampagnenlogo



▲ Auswahl Social-Media-Posts



▲ Neue Bezirksamts-Webseite „Zuhause ist hier“

▲ Gestaltung für das Schöneberger Rathaus zum Festival of Lights



Kampagnenfilm
QR-Code / Link >
scannen oder klicken

Personal-Kampagne

Dein Platz ist hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Als größter Arbeitgeber im Bezirk verfolgt das Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg eine gezielte Personal-Kampagne, um das Image der Verwaltung als Arbeitgeber*in zu verbessern. Für die Kampagne wurden die Mitarbeiter*innen des Bezirksamts selbst als Botschafter*innen eingesetzt, um so möglichst viele neue Kollegen*innen zu gewinnen.

Projektzeitraum: 2020

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film

Maßnahmen

- + Entwicklung der Wort-Bild-Marke „Dein Platz ist hier“ für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg (Steigerung des Wiedererkennungswertes)
- + Durchführung und Auswertung einer Mitarbeiter*innen-Befragung
- + Foto-Shootings und Filmdrehs mit Mitarbeiter*innen des Bezirksamts Tempelhof-Schöneberg
- + Gestaltung der Kampagnenmotive für Social-Media-Kanäle, Broschüren, Flyer, Aufkleber, Print-Anzeigen, Plakate, Give-Aways
- + Erstellung von Kurzfilmen (Erklärfilme für die Homepage)
- + Erwerb der Urheberrechte, Wort-Bild-Rechte, uneingeschränkte Verwendungsrechte



▲ Plakatmotive

▼ Hintereisplakat



▲ Umfangreicher Styleguide

BEWIRB DICH JETZT!
www.berlin.de/ba-ts/karriere

DEIN PLATZ IST HIER
Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg



▲ Brückenbanner (oben) und Fahne vor dem Rathaus (links)



Merchandise Lanyard



Filmstil



Messe-Rollup



▲ DIN-lang-Flyer zur Azubi-Gewinnung, Titel und Innenseiten ▶



Nachhaltigkeitskampagne Umwelt bewusst hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Der Berliner Bezirk Tempelhof-Schöneberg schärft das Bewusstsein der Bevölkerung für die "Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks" und regt zu nachhaltigem Handeln an. In einem "bezirklichen Klima-Monat" wird die Bevölkerung zum Mitmachen angeregt.

Projektzeitraum: 2021

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Eventmanagement, Projektmanagement, didaktisches Material

Maßnahmen

- + Entwicklung Corporate Design von „Umwelt bewusst hier“
- + Planung und Entwicklung eines Konzepts für eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks“
- + Erweiterung der Webseite www.zuhauseisthier.berlin.de um die barrierefreie Rubrik „Nachhaltigkeit“, welche alle Aktionen, Beiträge und Anzeigemöglichkeiten auf der Bezirkskarte enthält
- + Erstellung von zehn barrierefreien Leitfäden und einem Quiz zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt und Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks mit besonderem Fokus auf Up-Cycling und Re-Cycling sowie „Wie organisiere ich einen Hofflohmarkt in meiner Straße?“
- + Konzeption und Gestaltung eines Marktstands mit Dekor-Elementen
- + Entwicklung und Gestaltung eines Methoden-Koffers für den Bürger*innen Dialog



Banner für Marktstand



Logo des Projekts

Entwurf Marktstand



Leitfaden

Nachhaltigkeitskampagne

Schön wie wir

Bezirksamt Neukölln

Die Kommunikationskampagne des Bezirksamts Neukölln ruft zu einem saubereren und schöneren Neukölln auf. Unter der Schirmherrschaft von Bezirksbürgermeisterin Dr. Franziska Giffey werden die Neuköllner*innen aufgefordert, selbst Verantwortung für die Attraktivität ihres Bezirks zu übernehmen. Kooperationspartner*innen sind Wirtschaftsunternehmen, Wohnungsbaugesellschaften, die BSR, Quartiersmanagements, Vereine und andere Akteur*innen.

Projektzeitraum: 2015 – 2017

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Pressearbeit, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Entwicklung und Gestaltung der kreativen Wort-Bild-Marke „Schön wie wir“
- + Image-Webseite www.schoen-wie-wir.de als erste Anlaufstelle für die Bevölkerung
- + Auspielung der Kampagnenmotive (Flyer, Besen, Blumensamentüten, Buttons, Jutebeutel, Postkarten)
- + Merchandise im Corporate-Design
- + Teilnahme am wirBERLIN-Aktionstag 2016
- + Erstellung von Broschüren rund um die Themen Nachhaltigkeit und Umwelt in Neukölln
- + Teilnahme am CRCLR Hub Berlin Neukölln und Vorstellung der Kampagne
- + Netzwerkaufbau und -ausbau
- + Pressearbeit



Die damalige Neuköllner
Bezirksbürgermeisterin
Dr. Franziska Giffey
mit dem gelb-pinkfarbenen
Kampagnenbesen



Internetpräsenz

SCHÖN
WIE WIR
so wollen wir unser Neukölln

Kampagnenlogo



Abb. 3
Infolyer



Abb. 4
Kampagnenbesen



Abb. 4
Kampagnenbesen

Abb. 5
Blumensamentüte

Abb. 6
Button

Abb. 7
Jutetasche

Abb. 8
Postkarte



Abb. 4

Abb. 5



Abb. 7

Abb. 6



Abb. 8



▲ Sponsoren-Commitment



▲ Diverse Plakatmotive



Kommunikationsmittel

Un-Sichtbares Europa – Beispielhafte EU-Projekte in Berlin

Senatsverwaltung für Kultur und Europa

In Berlin ist Europa sehr viel präsenter als weithin bekannt. Doch sie ist selten sichtbar. Aus diesem Grund wurden wir beauftragt, unter Beachtung des Berlin-CDs eine farbenfrohe Broschüre zu konzipieren und gestalten, in der die **EU-geförderten Projekte** aus allen Berliner Bezirken, die wichtigsten Institutionen und EU-Akteur/innen vorgestellt werden. Dazu wurden leicht verständliche Grafiken erstellt, die über das Funktionieren der EU informieren.

Für das **Europäische Kulturerbejahr** 2018 entwickelten wir einen Übersichtsflyer aller in Berlin geförderten Projekte.

Projektzeitraum: 2018 – 2020

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement

Maßnahmen

+ Erstellung der Broschüre „Un-Sichtbares Europa“

- + Entwurf, Layout, Reinzeichnung, Bildredaktion, (124 Seiten, 17 cm x 24 cm, Auflage 5.000 Stk.)
- + PDF-Erstellung für Druck (mit partiellem Drucklack) und Web
- + Recherche und Auswahl der geförderten Projekte
- + Erstellung von leicht verständlichen Grafiken
- + Druckproduktion
- + 2020 Nachdruck

+ Erstellung des Pocket-Flyers „Stars in Europa“

- + Entwurf, Layout, Reinzeichnung, Bildredaktion (24 Seiten, 78 x 120 mm, Auflage 3.000 Stk.)
- + PDF-Erstellung für Druck und Web
- + Kreation des Namens „Stars in Berlin“
- + Druckproduktion



Außenansicht



Außenansicht



Innenansichten



Kommunikationsmittel

20 Jahre Städtepartnerschaft Treptow-Köpenick – Cajamarca

Bezirksamt Treptow-Köpenick

Mit einer Partnerschaft zwischen zwei Städten geht nicht nur ein wirtschaftlicher, sondern vor allem auch ein kultureller Austausch einher. Allein der Bezirk Treptow-Köpenick unterhält Städtepartnerschaften mit zwölf Orten in unterschiedlichen Ländern. Zielsetzung war daher, die besonderen Aktivitäten des Bezirks herauszustellen und zu veranschaulichen.

Mit einer Festschrift wird das umfassende Panorama der Aktivitäten in der 20-jährigen Städtepartnerschaft Treptow-Köpenick – Cajamarca präsentiert – von der eindrucksvollen Chronik über persönliche Erfahrungen bis zu amüsanten Anekdoten. Ein Flyer dokumentiert die zahlreichen Städtepartnerschaften, die der Bezirk Treptow-Köpenick mit 12 Orten in vielen Ländern unterhält.

Projektzeitraum: 2018

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Layout und die Reinzeichnung der Festschrift (76 Seiten, 21 x 21 cm, Auflage: 2.500 Exemplare)
- + Bildredaktion, Erstellung der Druckdaten, Druckproduktion
- + Entwurf, Layout und Reinzeichnung für einen farblich ansprechenden Flyer (8 Seiten, DIN lang 9,8 x 21 cm, Auflage 1.000 Exemplare)
- + Bildredaktion, Erstellung der Druckdaten, Druckproduktion

Broschüre, Format: 21 x 21 cm
Papier: Bilderdruck, Titel mit partiellem Spotlack
Auflage: 2.500



Innenseiten Broschüre, Format: 21 x 21 cm



Abb. 1: Flyer-Innenseiten
Abb. 2: Flyer-Cover
Abb. 3: Flyer-Außenseiten



Abb. 1



Abb. 3



Abb. 2

Kommunikationsmittel

Europa in den Bezirken

Europabeauftragten der Berliner Bezirksämter

Der kürzeste Draht nach Brüssel für Berliner Bürger*innen sind die Europabeauftragten der Berliner Bezirksämter. Um die Kontaktaufnahme zu erleichtern, wurde eine Postkarte mit den Kontaktinformationen aller Beauftragten konzipiert. Ein Karton mit Spiegeleffekt erzeugt eine optische Assoziation der eigenen Person mit Europa. Die Verwendung der Europafarben, des Sternenkranzes sowie des Berliner Bären bilden den Inhalt der Postkarte grafisch ab.

Projektzeitraum: 2019

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

Konzeption, Gestaltung und Umsetzung einer Postkarte (DIN Lang 10 x 21 cm, Auflage 6.000 Exemplare)



▲ Flyer, Format: DIN lang
Papier: Bilderdruck, 250 g,
Vorderseite spiegelnde Silberfolie

Online & Printmagazin

Hauptstadt-Magazin/ Online-Magazin „BERLINFACES“

BerlinFaces, Verlagsgesellschaft

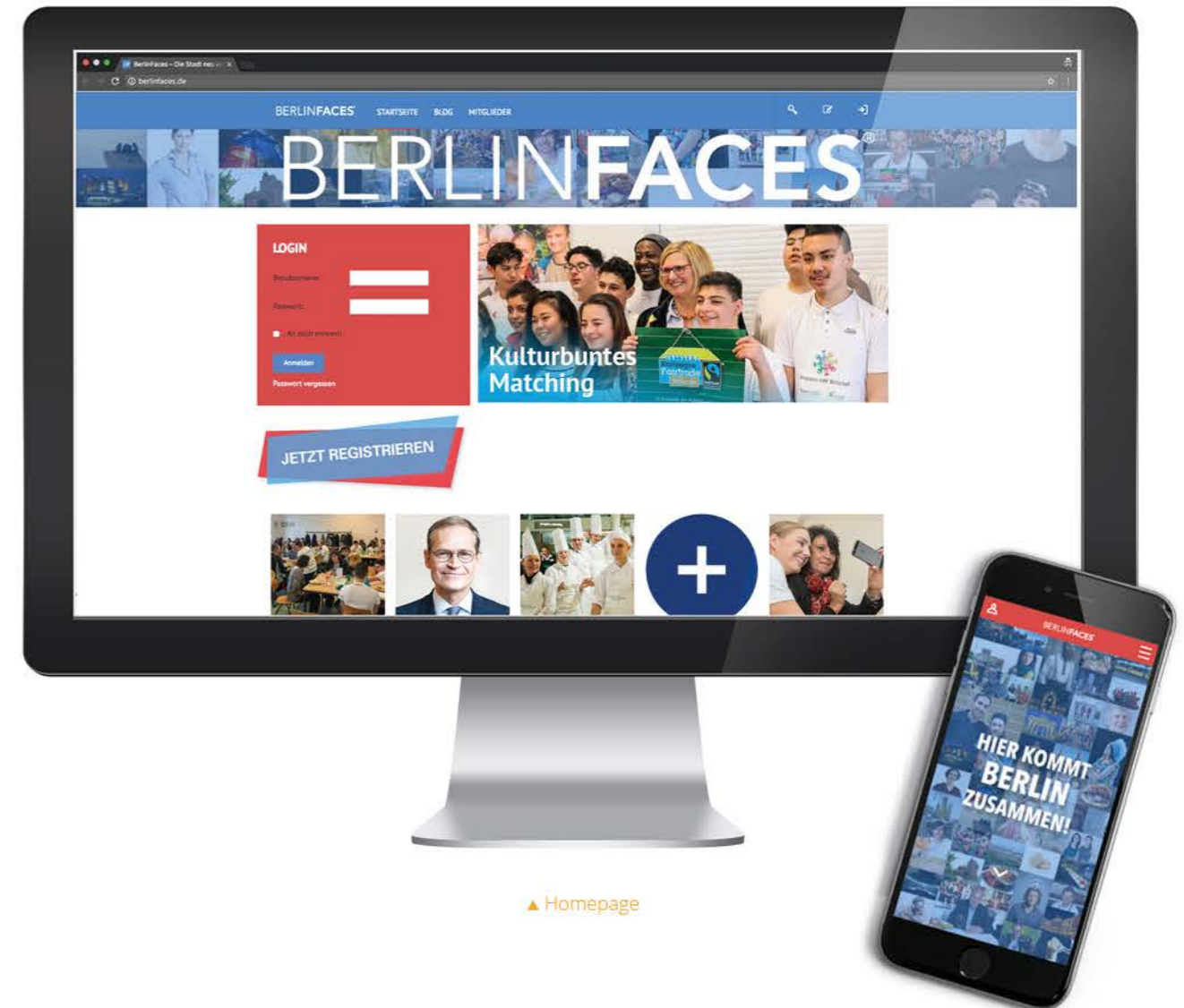
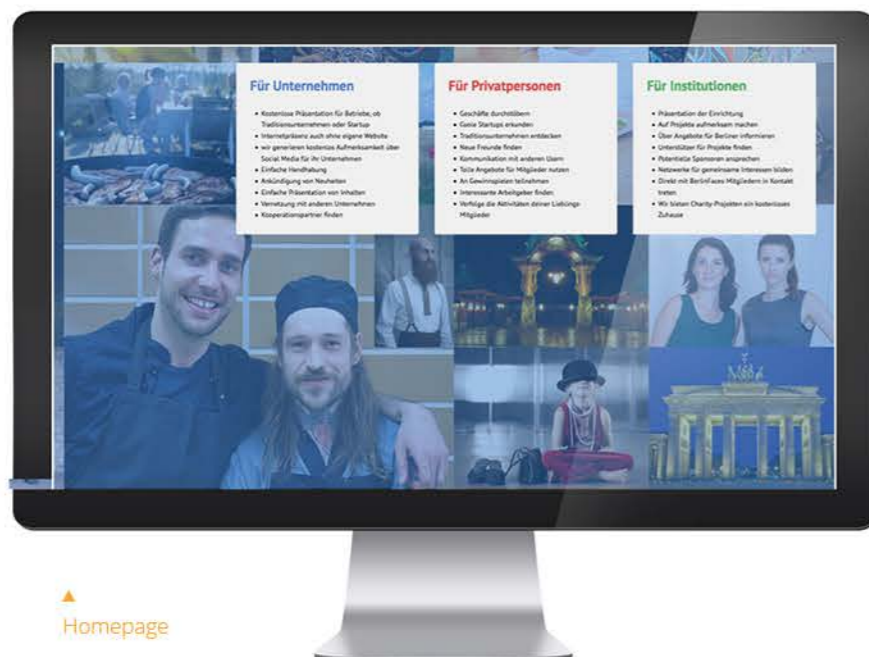
Unter dem Slogan „Hier kommt Berlin zusammen“ ist ein digitales Netzwerk für Berlin zusammengefasst: Berlin ist Leben, Berlin ist Vielfalt – jeden Tag neu, jeden Tag anders! BerlinFaces versorgt als digitale Netzwerkplattform seine Leser*innen mit dem Neuesten aus Kultur, Musik, Kunst und Lifestyle. Dabei verbindet sich das Informative mit einem hohen Faktor an Individualität, Spaß und frischen Ideen. Kein Thema ist zu brisant, um die monatlich rund 9.000 Besucher*innen, die 35.000 Seitenaufrufe generieren, zufriedenzustellen. Jede*r kann sich kostenlos anmelden.

Projektzeitraum: 2004 – 2016 als Hauptstadt-Magazin
(Auflagenhöhe von 200.000), seit 2016 als Online-Magazin

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit

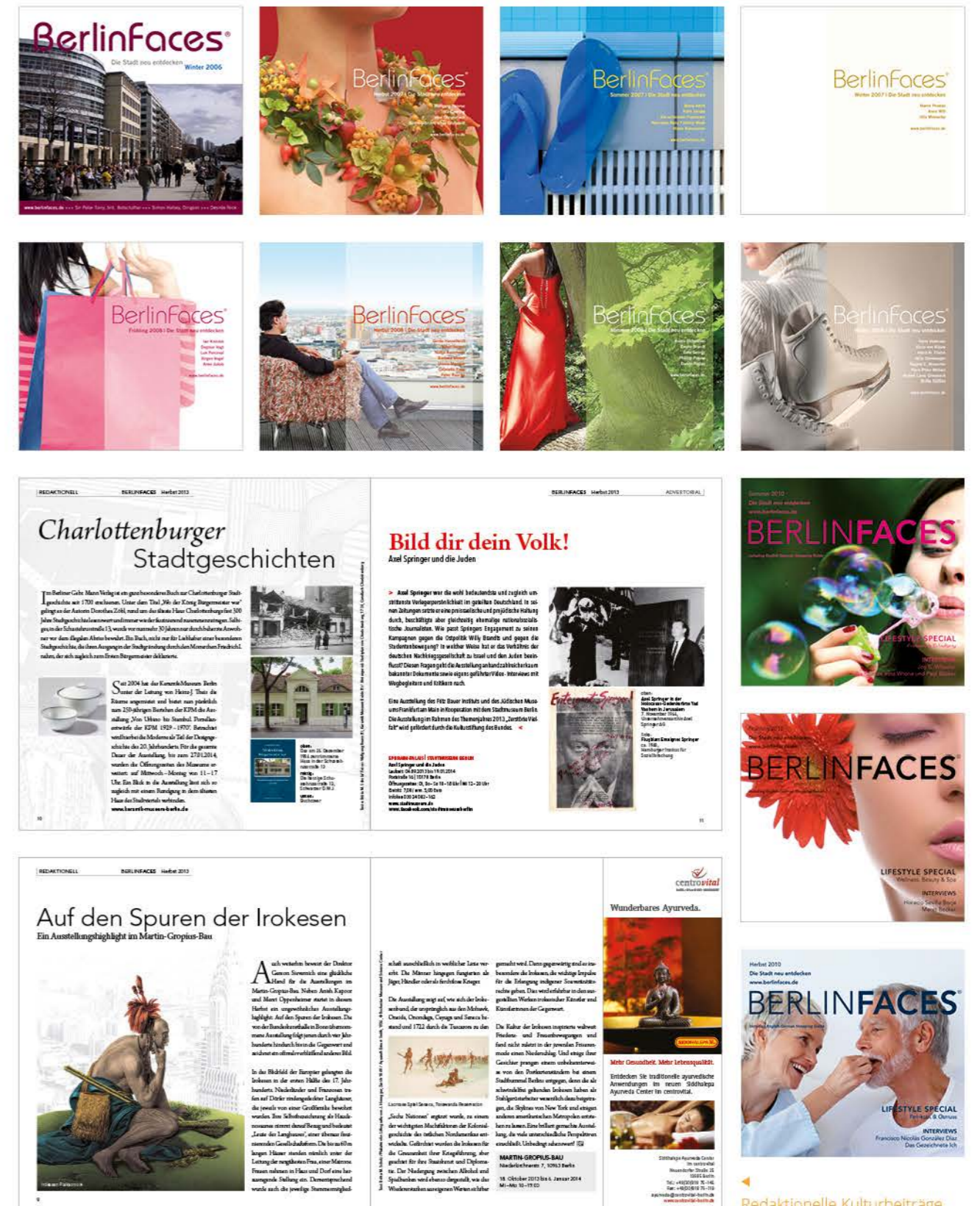
Maßnahmen

- + Verfassen von Blogbeiträgen
- + Social Media (3.000 Follower auf Instagram, Facebook, Twitter und Pinterest)



WWW.BERLINFACES.DE

Cover-Gestaltung und Layouts ▶



Redaktionelle Kulturbeiträge aus hauseigener Redaktion

Eventmanagement

Stern-Tag – Feier Deine Stärken!

DEHOGA Berlin

Der Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin) führt jährlich ein Projekt zur beruflichen Orientierung in Hotellerie und Gastgewerbe durch. Hierfür wurde ein ganzheitliches Konzept entwickelt, um junge Menschen über die Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes zu informieren und für die Berufe zu begeistern.

Projektzeitraum: 2015

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Eventmanagement, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Umsetzung eines längerfristigen und mehrstufigen Kommunikationsprozesses mit dem Projekt „Feier Deine Stärken – Stern-Tag 2015“.
- + Gestaltung des Unterrichts ab der 7. Jahrgangsstufe zum Thema Berufsorientierung gemeinsam mit Lehrkräften der Berliner Schulen
- + Roadshow (Besuch in den Schulen)
- + Konzeption eines Klassenspiels
- + Online-Plattform mit spielerischem „Stärken-Test“ (Gamification)
- + Planung und Durchführung der Abschlussveranstaltung „Stern-Tag 2015“



Abb.1



Abb.2

Abb. 3+4



Abb. 5



Abb. 6

- Abb.1 Projektlogo
- Abb.2 Internetpräsenz
- Abb. 3+4 Internet-Stärken-Spiel
- Abb. 5 Postkarte
- Abb. 6 Plakate DIN A2

Veranstaltung DEHOGA-Stern-Tag



Kommunikationsmittel und -strategie

Bundestagswahlkampf 2013 für Frank-Walter Steinmeier

Den Wahlkampf zum Kochen bringen – das gelingt mit einer guten Portion Lokalkolorit in Form von einem Kochbuch und einem SPD-Liederbuch. Zur Unterstützung des Kandidaten Frank-Walter Steinmeiers (SPD) bei der Bundestagswahl 2013 wurde neben den gesamten Wahlkampfpublikationen ein anregendes Give-away im modernen quadratischen Format entwickelt. Die Vorstellung landestypischer Speisen und fundierte Kenntnisse über Land und Leute in Brandenburg bilden Steinmeiers Verbundenheit mit der Region ab. Unter dem Motto „Anpacken für die Region“ wurde zudem ein kompaktes Wahlkampfhandbuch entworfen. Optisch an das SPD-Kochbuch sowie das SPD-Liederbuch angepasst, enthält es Fakten, Zahlen und Vorhaben des Kandidaten Frank-Walter Steinmeier – übersichtlich und grafisch aufbereitet.

Projektzeitraum: 2013

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Entwicklung und Umsetzung eines Regionalkochbuchs mit landestypischen Gerichten
- + Interviews mit Einwohnern im Wahlkreis 60
- + Konzeption, grafische Gestaltung und Druck des SPD-Wahlkampfhandbuches sowie des SPD-Liederbuches



Titel



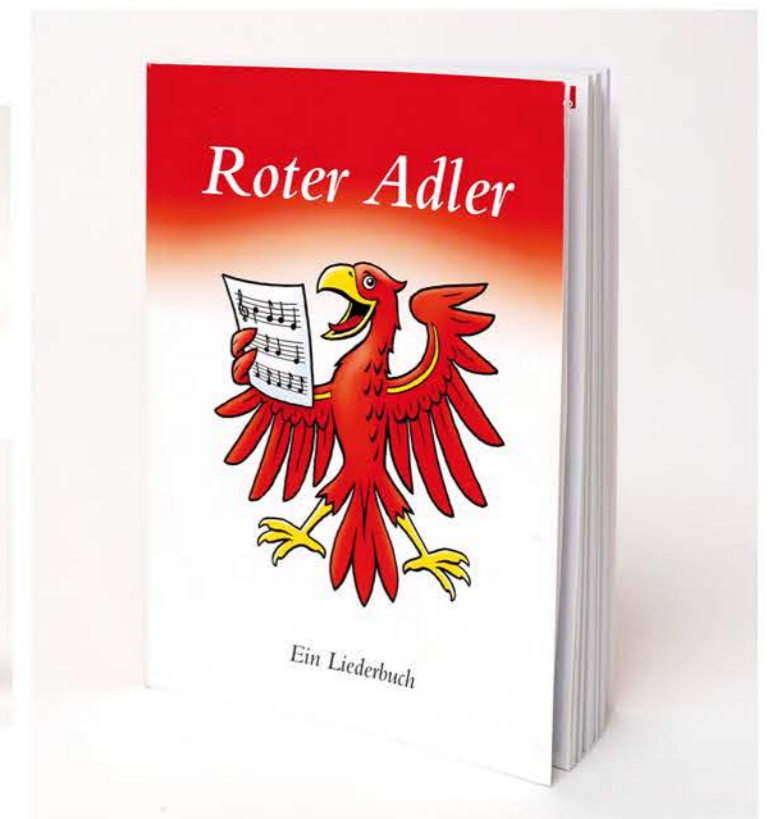
Innenseiten



SPD-Wahlkampfhandbuch



SPD-Liederbuch



Kommunikationsmittel und -strategie

Bundestagswahlkampf 2017 für Mechthild Rawert

Zur Unterstützung der Bundestagsabgeordneten Mechthild Rawert (SPD) im Wahlkreis Tempelhof-Schöneberg wurde für die Gleichstellung von Kindern, homosexuellen, inter- und transgeschlechtlichen Menschen eine Kommunikationsstrategie entwickelt und umgesetzt: von verschiedenen Kommunikationsmedien und Printprodukten über die Bespielung von Social-Media-Kanälen bis hin zu innovativen Give-aways.

Projektzeitraum: 2017

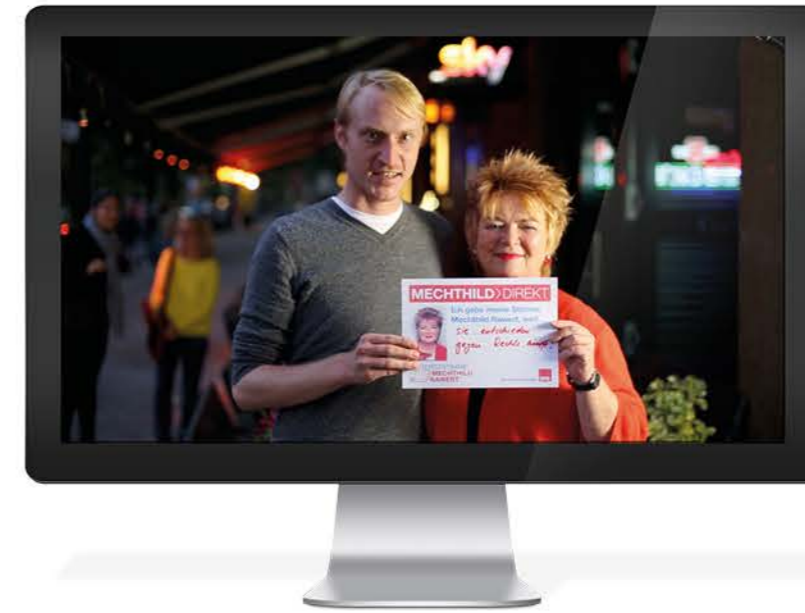
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Konzeption, Gestaltung und Druck verschiedener Themen-Flyer
- + Konzeption und Produktion einer Video-Erststimmen-Kampagne
- + Erstellung von Print-Anzeigen
- + Design und Produktion von Give-aways (z.B. Aufkleber und Rucksäcke)
- + Social-Media-Kommunikation



Give-away Luftballon



Video-Erststimmen-Kampagne: Ich gebe meine Stimme Mechthild Rawert, weil...

Give-away Aufkleber



Social-Media-Postings



Give-away Rucksack



Themen-Flyer



Print-Anzeigen

Kommunikationsmittel

Mitglieder-Magazin

BVMW, Bundesverband mittelständische Wirtschaft

Sechsmal jährlich erscheint das Mitglieder-Magazin des BVMW und informiert über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen. Durch Anzeigen-Akquise wurde eine 80%ige Refinanzierung des Magazins erreicht.

Projektzeitraum: seit 2007

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

- + Layout-Entwicklung
- + Fotos, Bildauswahl sowie Bildbearbeitung
- + Anzeigen-Akquise zur 80%igen Refinanzierung



◀ Abb.
Der MITTELSTAND – Das Unternehmermagazin



Kommunikationsmittel Bildung im Quartier

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt

Wissensvermittlung kann nicht früh genug beginnen. Die EFRE-Förderung für die Kinder- und Jugendbildung setzt sich genau dafür in Berlin ein. Wie die Arbeit aussieht und wie die Fördermittel eingesetzt werden, wird in Form von einer Präsentationsmappe, von Präsentationsfahnen und Foldern erklärt.

Projektzeitraum: 2013

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text

Maßnahmen

- + Folder sowie einer Präsentationsmappe
- + Präsentationsfahnen für eine Wanderausstellung, welche Informationen komprimiert darstellen
- + Fotos, Bildauswahl sowie Bildbearbeitung
- + Anzeigen-Akquise zur 80%igen Refinanzierung

- Abb. 1
Titel der 16 Einlegefolder, DIN A3 offen, DIN A4 geschlossen
- Abb. 2
Einlegefolder
- Abb. 3
Stanzmappe
- Abb. 4
Ausstellungsplakate 90 x 150 cm



Abb. 1



Abb. 2



Abb. 4



Abb. 3

Image- & Spendenkampagne

Dein Baum für Berlin

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, Berlin

Berlin ist eine der grünsten Metropolen der Welt. Doch es geht immer noch grüner. Dafür sorgt unter anderen „Dein Baum für Berlin“. Für dieses Projekt galt es eine umfangreiche Neukonzeption zu entwickeln.

Projektzeitraum: 2013

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Film, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Planung umfangreicher Maßnahmen einer Print-Image-, und Spendenkampagne
- + Gestaltung einer attraktiven Wort-Bildmarke
- + Entwicklung eines Claims
- + Events zur Baumpflanzung
- + medienwirksame Einzelaktionen
- + Imagefilm

Abb. 1



- Abb. 1 Logoentwicklung
- Abb. 2 Internetseite Word Press
- Abb. 3 Diverse Plakate
- Abb. 4 Mitmach-Aktionsplakate für Kinder

Abb. 2

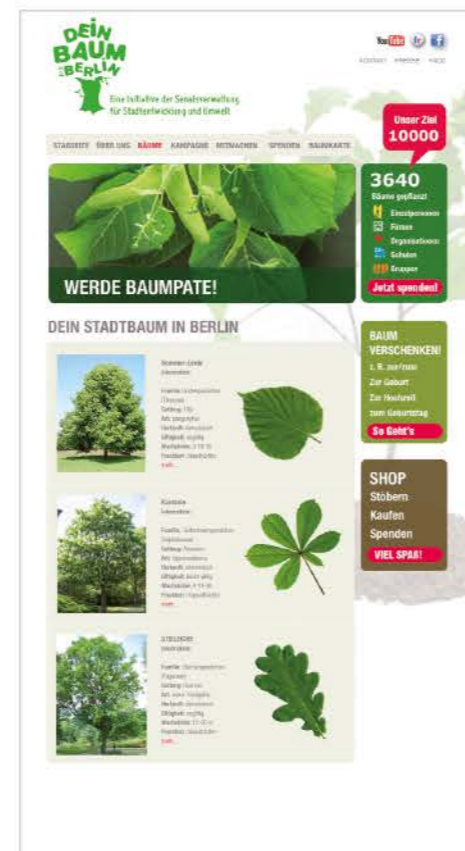


Abb. 3



Abb. 4



Ausstellungskatalog

Königliche Porzellanmanufaktur Berlin

KPM, Berlin – Sammler von KPM-Porzellan

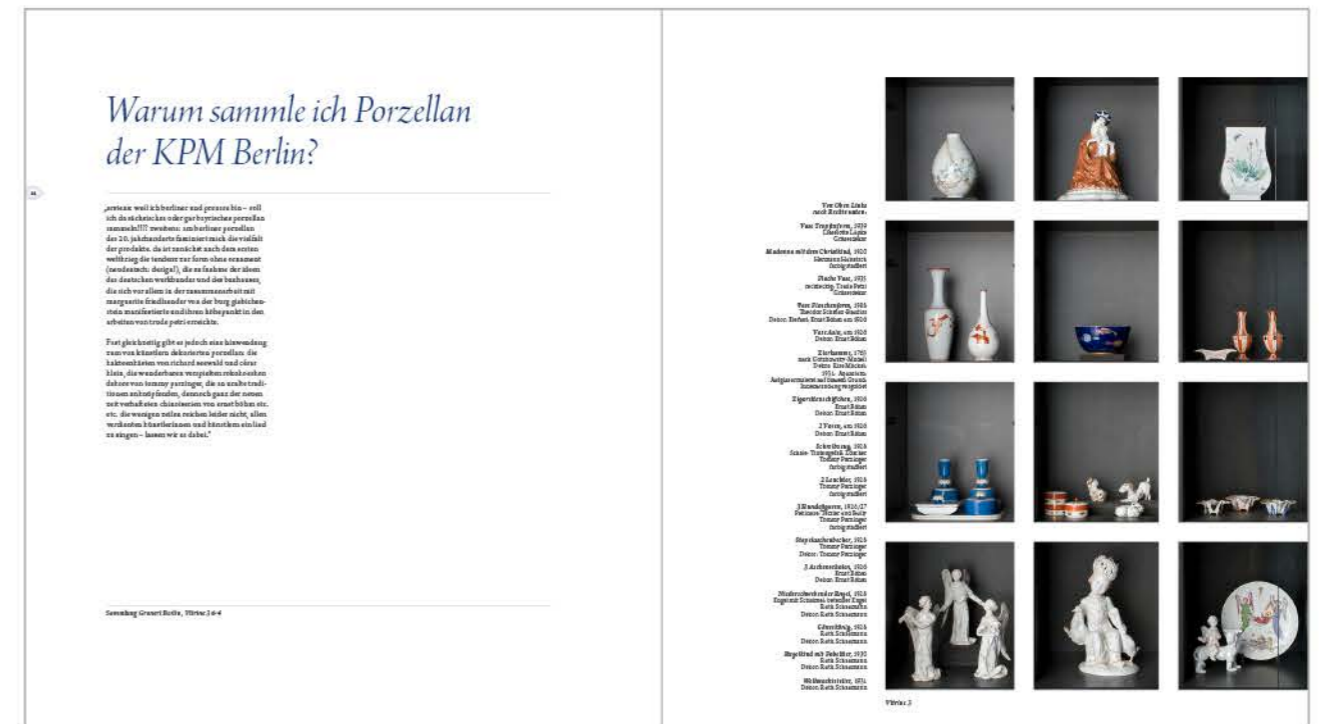
Zeitloses Design trifft auf traditionelles Handwerk: Die Königliche Porzellanmanufaktur Berlin ist nicht nur unter Sammler*innen ein Begriff. Sie steht allgemein bekannt für Qualität und ästhetischen Anspruch. Ein Ausstellungskatalog spiegelt dieses Bestreben wider und generiert gezielt neue Sammler*innen.

Projektzeitraum: 2015

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

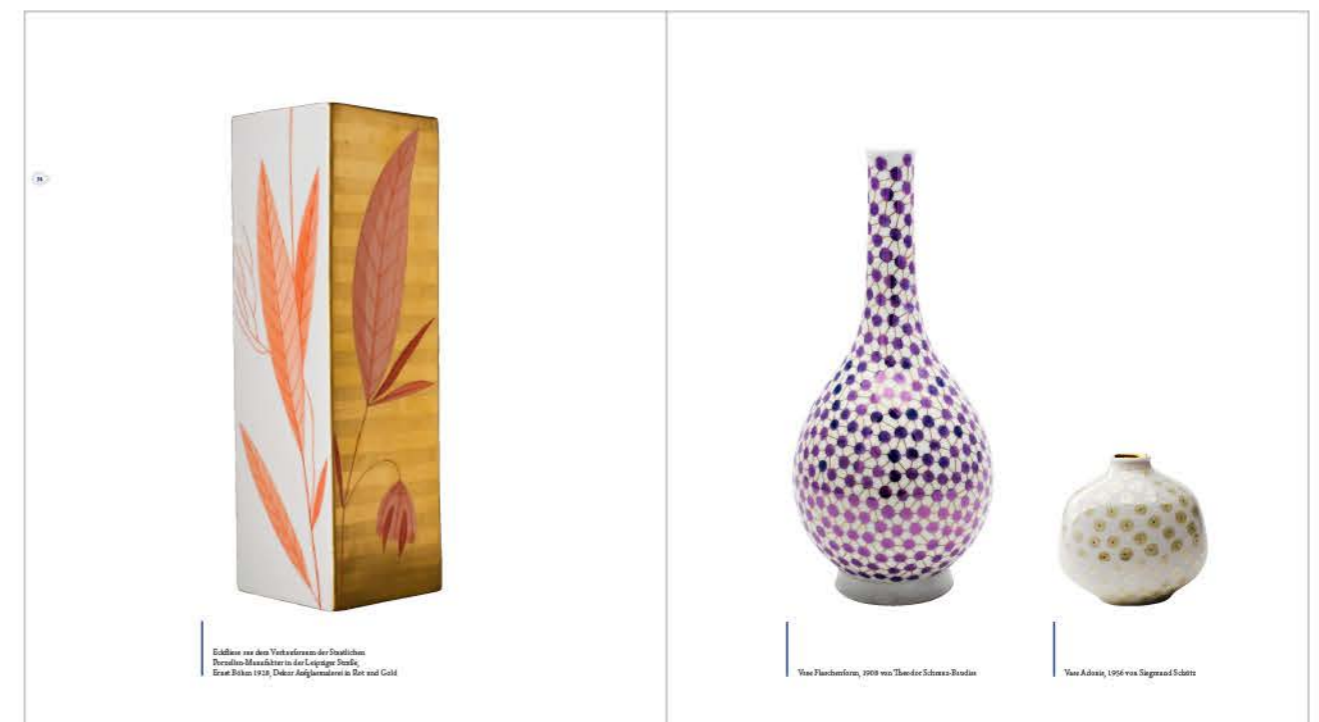
- + Umsetzung der Dimensionen in einem umfangreichen Ausstellungskatalog
- + Fotografie, Reinzeichnung, Layout, Druck



Layouts Innenseiten



Cover





Kontakt

elsweyer+hoffmann
Berlin Brandenburg GmbH

Bamberger Straße 18
10779 Berlin

Telefon 030 21 45 84 - 0
Telefax 030 21 45 84 - 79
E-Mail info@elsweyer-hoffmann.de
Webseite www.elsweyer-hoffmann.de

© 2022;
Alle gezeigten Inhalte sind Eigentum der elsweyer+hoffmann Berlin-Brandenburg GmbH.



elsweyer
+ hoffmann

www.elsweyer-hoffmann.de