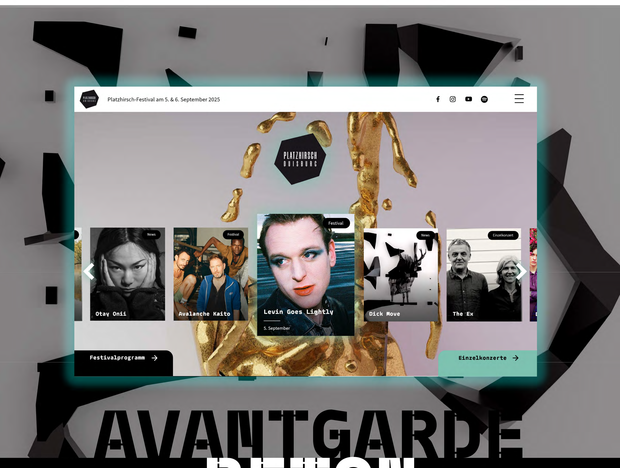
PORTFOLIO

Oliver Hinzmann

WEBSITE + REDESIGN

Platzhirsch Festival

KUNDE	AUFGABEN	JAHR
kultursprung e.V.	Website und grafrische Neuausrichtung	2025

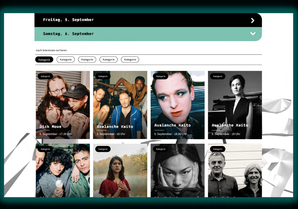


AVANTGARDE BETON

zur Website

Das Platzhirsch Festival steht für ein avantgardistisches Kulturprogramm mitten im Duisburger Stadtraum und ist von rauem Beton, urbaner Verdichtung und experimenteller Kunst geprägt. Ziel des Projekts war es, diese Atmosphäre in eine digitale Identität zu übersetzen, die sowohl klar strukturiert als auch gestalterisch radikal auftritt.
Auf der Landing Page gibt es für den User eine erste Übersicht über das aktuelle Programm. Im späteren Verlauf ist eine detailierte Auflistung der einzelnen Programmpunkte zu sehen.

Auf Basis von Adobe XD wurde eine brutalistische, UI-getriebene Gestaltung entwickelt, die sich bewusst an der architektonischen Rohheit des Umfelds orientiert: harte Kontraste, kantige Kompositionen und ein reduziertes, funktionales Layout bilden das Fundament. Die Typografie mit der Schrift *PP Model Plastic* übernimmt eine tragende Rolle und füllt den Raum selbstbewusst aus.



Umfang & Umsetzung

Der Relaunch wurde innerhalb von nur drei Monaten in enger Team-Kollaboration realisiert. Mein Fokus lag auf einer radikal verschlankten UX-Struktur, die das Programm und eine neue, CI-unabhängige Identität in den Mittelpunkt rückt. Neben den Key-Views (Startseite, Artists, Archiv) entwickelte ich ein Timetable-Konzept mit horizontal scrollbaren Filtern für intuitive Bedienbarkeit. Während ich den visuellen Lead für die Desktop-Ansicht innehatte, begleitete ich die mobile WordPress-Umsetzung in engen Korrekturschleifen, um die Designqualität auch auf dem Smartphone sicherzustellen.

3D-Elemente

Ergänzt wird das Design durch eigens konzipierte 3D-Elemente, die die urbane Struktur des Festivals abstrahieren und dem Interface eine skulpturale Tiefe verleihen. So entsteht eine grafisch komplett neue Welt, die das Platzhirsch Festival als progressive, stadtraumbezogene Marke positioniert und gleichzeitig eine klare User Journey für Programm, Tickets und Künstlerkommunikation bietet.

2

REDESIGN

Parkhaus Meiderich

KUNDE	AUFGABEN	JAHR
Parkhaus Meiderich e.V.	Neugestaltung grafische Welt	2023 – 2024

VORHER

NACHHER

Pantone 1235C
C: 0 M: 33,49 Y: 88,46 K: 0

C: 0 M: 0 Y: 10 K: 95

100% schwarz

Das Parkhaus ist eine feste kulturelle Institution in Duisburg mit einer langen Geschichte. Auch das Logo hat über die Jahre einen hohen Wiedererkennungswert entwickelt. Daher wurde entschieden, die grundsätzliche Idee und Stimmung des bestehenden Logos zu bewahren und sie zugleich zeitgemäß weiterzuentwickeln.
Die Farbwelt wurde zuvor nie definiert und so fanden eindeutige Farben Einzug in das CD.

Das bisherige Logo bezog sich stark auf Rockmusik. Die Silhouette des Gitarristen, die die aus der Wortmarke gebaute Gitarre aufgreift, spiegelte ausschließlich diesen Aspekt wider. Doch das Parkhaus steht heute für weit mehr: Kinderzimmer unterm Dach, Comedy,Hip-Hop-Konzerte, Jugendangebote und ein offener Raum für kreative Ideen. Daher soll die neue Wortmarke auch eigenständig funktionieren und flexibel in unterschiedlichsten Formaten angewendet werden können.

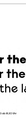
Im Laufe der Zeit entstanden neben dem Hauptlogo auch zwei Varianten für den Kids- und den Teens-Bereich. Beide orientieren sich in ihrer Ästhetik am ursprünglichen Logo und verdeutlichen so die unterschiedlichen Angebote des Parkhauses.

Schrift

RAISONNÉ

The quick brown fox jumps over the lazy dog?
The quick brown fox jumps over the lazy dog?
The quick brown fox jumps over the lazy dog?

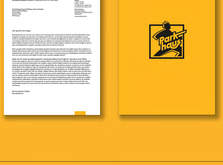
1234567890
1234567890
1234567890



Die Raisonne Pro wurde als Hausschrift gewählt, weil sie mit ihrer modernen, klaren und geometrischen Ästhetik einen hohen Wiedererkennungswert sowie vielseitige Einsatzmöglichkeiten bietet. Sie vermittelt Offenheit und Zugänglichkeit, unterstützt ein konsistentes Erscheinungsbild über alle Medien und greift durch verschiedene Schriftschnitte und einen erweiterten Zeichensatz die Vielfalt der Parkhaus-Angebote optimal auf.

ANWENDUNGEN

BRIEFBOGEN



VISITENKARTE

Das Logo wurde mit partiellen Drucklack versehen.

VERANSTALTUNGSFLYER

KIDS–POSTKARTE

VERANSTALTUNGSFLYER

PLAKATMASKE

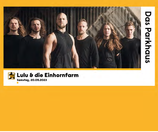
Neben dem Grafikdesign erstellte ich auch die Illustrationen.

Für Veranstaltungen wurde eine Plakatmaske erstellt, sodass die Mitarbeitenden Daten selbständig austauschen können.

BILDSCHIRMWERBUNG IM FOYER

Die Hintergrundelemente bewegen sich im Video und erzeugen so Aufmerksamkeit beim Betrachtenden.

SOCIAL MEDIA–MASKEN



3

WEBSITE + CORPORATE DESIGN
enerPORT

KUNDE	AUFGABEN	JAHR
Fraunhofer Institut UMSICHT	Aufbau eines CD sowie Konzeption und Umsetzung der Website	2024

enerPort

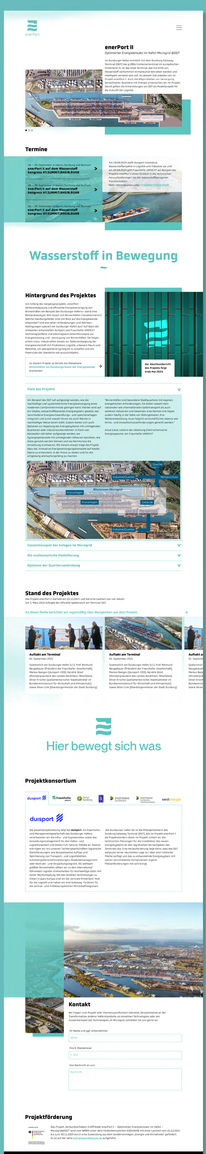
Das Logo für das Projekt *enerPORT* setzt sich aus einer Wort- und einer Bildmarke zusammen. Die Bildmarke hat dabei eine doppelte Bedeutung: Sie visualisiert den Buchstaben „E" aus dem Projektnamen und stilisiert zugleich die Ansicht des von Wasser umgebenen Terminals, wie man es bei der Annäherung wahrnimmt.

Der gewählte Türkiston wurde als symbolische Mischfarbe konzipiert, die die Farben der beteiligten Investoren und Partner vereint: *Westenergie, Netze Duisburg, die Stadtwerke Duisburg, Fraunhofer UMSICHT, Rolls-Royce* sowie *duisport*.

Landing Page

zur Website

Passend zum entwickelten Corporate Design habe ich die zugehörige Website konzipiert und technisch umgesetzt. Die Realisierung erfolgte mit WordPress und Elementor PRO. Das Ergebnis ist eine moderne, performante Online-Präsenz.



One Pager

Für das Forschungs- und Hafenprojekt enerPort II entstand eine One-Pager-Website, die komplexe Inhalte rund um Wasserstoff, Microgrids und Energiewende kompakt und zielgerichtet vermittelt. Die Seite richtet sich an ein fachkundiges Publikum aus Forschung, Hafenwirtschaft und Energiewirtschaft und stellt Projektziele, Technologie und Partner klar strukturiert dar.

Designprozess

Die Gestaltung von Desktop- und Mobile-Ansicht erfolgte parallel in Adobe XD, wobei die Module in beiden Viewports weitgehend gespiegelt und anschließend für die jeweiligen Breakpoints im Detail angepasst wurden. Spezifische XD-Features spielten dabei eine untergeordnete Rolle – im Mittelpunkt standen ein sauberer Aufbau der Module und eine konsistente Typografie über alle Viewports hinweg. Interaktive Sonderfunktionen wie Anker-Navigationen oder Scroll-Animationen wurden bewusst reduziert, um die inhaltliche Tiefe nicht durch unnötige Effekte zu überlagern.

Stakeholder

Logodesign und Seitenlayout hast du den zentralen Stakeholdern präsentiert; nach kleineren Anpassungen wurde das Konzept weitgehend unverändert übernommen. So spiegelt die Website sowohl die inhaltlichen Anforderungen des Projekts als auch deinen gestalterischen Ansatz einer klaren, reduzierten und fachlich fokussierten Kommunikation wider.