



DERYA TERLEMEZ  
Designer

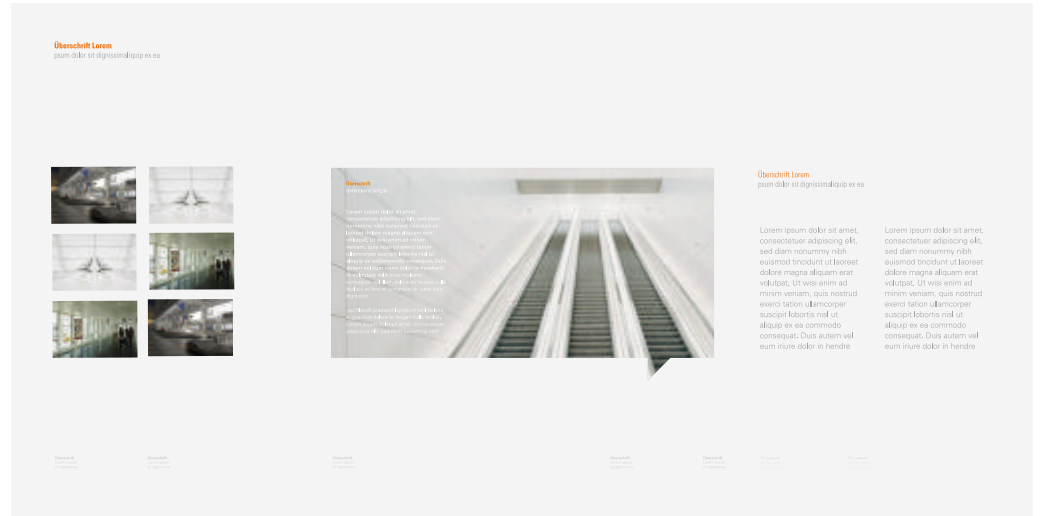






Überschrift  
Überschrift

ICH SAGE JEDEN TAG ZU 150.000 GÄSTEN „HERZLICHEN WILLKOMMEN“ ODER „GUTE REISE.“ DAS VERGESSEN SIE NICHT.

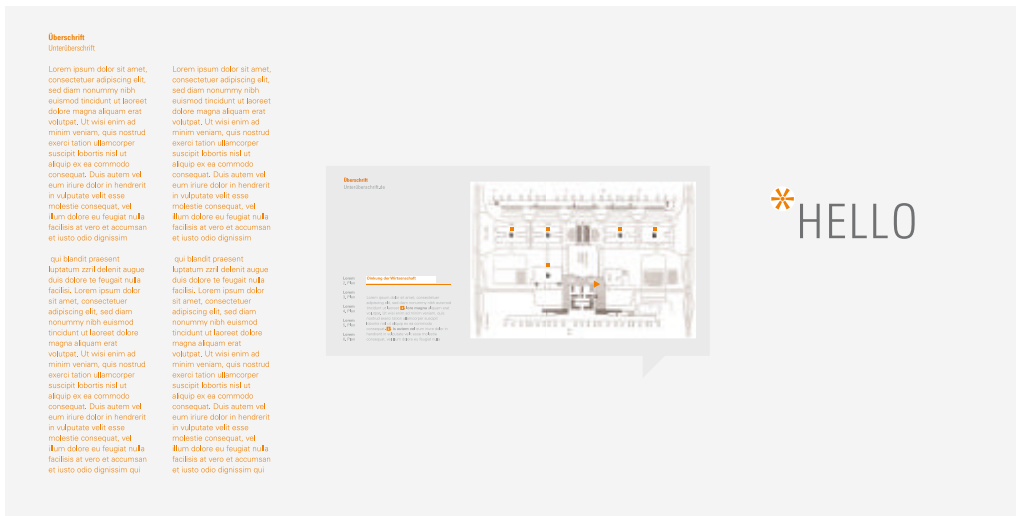


Überschrift  
Überschrift

Überschrift  
Überschrift

Überschrift  
Überschrift

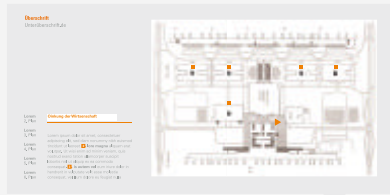
Überschrift  
Überschrift



Überschrift  
Überschrift

Überschrift  
Überschrift

Überschrift  
Überschrift



HELLO



Überschrift  
Überschrift

ICH HÖRE MINDESTENS EINE HALBE MILLION GESPRÄCHE AM TAG. KOMMUNIKATION IST ALLES.



M Flughafen  
München

ICH BEGRÜßE 30 MILLIONEN  
PASSAGIERE IM JAHR.  
FÜR JEDEN HABE ICH EINE  
PERSÖNLICHE NACHRICHT.

WERBUNG AM MÜNCHNER FLUGHAFEN. ZUR RICHTIGEN ZEIT, AM RICHTIGEN ORT.

Flughafen München GmbH · T +49 (0) 89 97 53 4301 · Munich-Airport-Advertising.de

M Flughafen  
München

ICH BEGRÜßE 30 MILLIONEN  
PASSAGIERE IM JAHR.  
FÜR JEDEN HABE ICH EINE  
PERSÖNLICHE NACHRICHT.

WERBUNG AM MÜNCHNER FLUGHAFEN. ZUR RICHTIGEN ZEIT, AM RICHTIGEN ORT.

Flughafen München GmbH · T +49 (0) 89 97 53 4301 · Munich-Airport-Advertising.de



**Luftraumobjekte**  
*Suspended Objects*

**M** Flughafen München

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur erg saipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et do ablore m erat, sed diam voluptua. At vero eos et acaacusam et justo duo dores et ea rebum. Stet chta kasd gubergren, no sea taakimato esanctus, invidunt uter deimudda.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur erg saipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et do ablore m erat, sed diam voluptua. At vero eos et acaacusam et justo duo dores et ea rebum. Stet chta kasd gubergren, no sea taakimato esanctus, invidunt uter deimudda.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur aberat sadipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur sadipsicing elit, sed diam nonummy aereimod tem.

Preise in Euro  
24 Branding Walls:  
EUR 100.000 zzgl. ges. USt.

Preis ohne Produktionskosten

Grösse  
BxH ca. 1,45 x 3,05 m  
Medium  
Plakat  
Produktion  
Kundenseitig

Standort  
Terminal 2, Pier Nord  
und Süd, Ebene 05, in  
allen Fluggastbrücken

Preise in Euro  
24 Branding Walls:  
EUR 100.000 zzgl. ges. USt.

Preis ohne Produktionskosten

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur sadipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et do ablore magna aliquyam erat, sed diam voluptu.

**Luftraumobjekte**  
*Suspended Objects*

**M** Flughafen München

**Technische Details**

Grösse  
BxH ca. 1,45 x 3,05 m  
Medium  
Plakat  
Produktion  
Kundenseitig

Standort  
Terminal 2, Pier Nord  
und Süd, Ebene 05, in  
allen Fluggastbrücken

Preise in Euro  
24 Branding Walls:  
EUR 100.000 zzgl. ges. USt.

Preis ohne Produktionskosten

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur sadipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et do ablore magna aliquyam erat, sed diam voluptu.

Grösse  
BxH ca. 1,45 x 3,05 m  
Medium  
Plakat  
Produktion  
Kundenseitig

Standort  
Terminal 2, Pier Nord  
und Süd, Ebene 05, in  
allen Fluggastbrücken

Preise in Euro  
24 Branding Walls:  
EUR 100.000 zzgl. ges. USt.

Preis ohne Produktionskosten

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur sadipsicing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et do ablore magna aliquyam erat, sed diam voluptu.



**M** Flughafen München

Flughafen Media

Flughafen München Media · Nordallee 25 · 80807 München

**M** Flughafen München

Lorem ipsum dolor sit aad amet  
consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit aad amet  
consectetur adipiscing elit

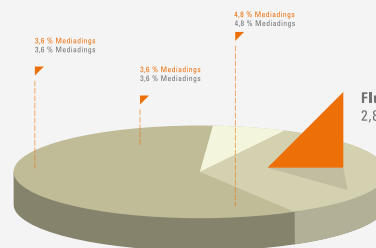
Lorem ipsum dolor sit aad amet  
consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit aad amet  
consectetur adipiscing elit

**M** Flughafen München

Datenblätter 08

**Luftraumobjekte**  
*Suspended Objects*



Größe  
BxH ca. 1,45 x 3  
Medium  
Plakat  
Produktion  
Kundenseitig

Größe  
BxH ca. 1,45  
Medium  
Plakat  
Produktion  
Kundenseitig

Standort  
Terminal 2, Pier  
und Süd, Ebene

Standort  
Terminal 2, Pier

Preise in Euro  
24 Branding Walls:  
EUR 100.000

Preise in Euro  
24 Branding Wall:  
EUR 100.000 zz

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit

**WERBUNG AM MÜNCHNER FLUGHAFEN. ZUR RICHTIGEN ZEIT, AM RICHTIGEN ORT.**







**HIRMER HERRENMODEN**

Kampagne ▶ THINKNEWGROUP, 2007





**HIRMER HERRENMODEN**

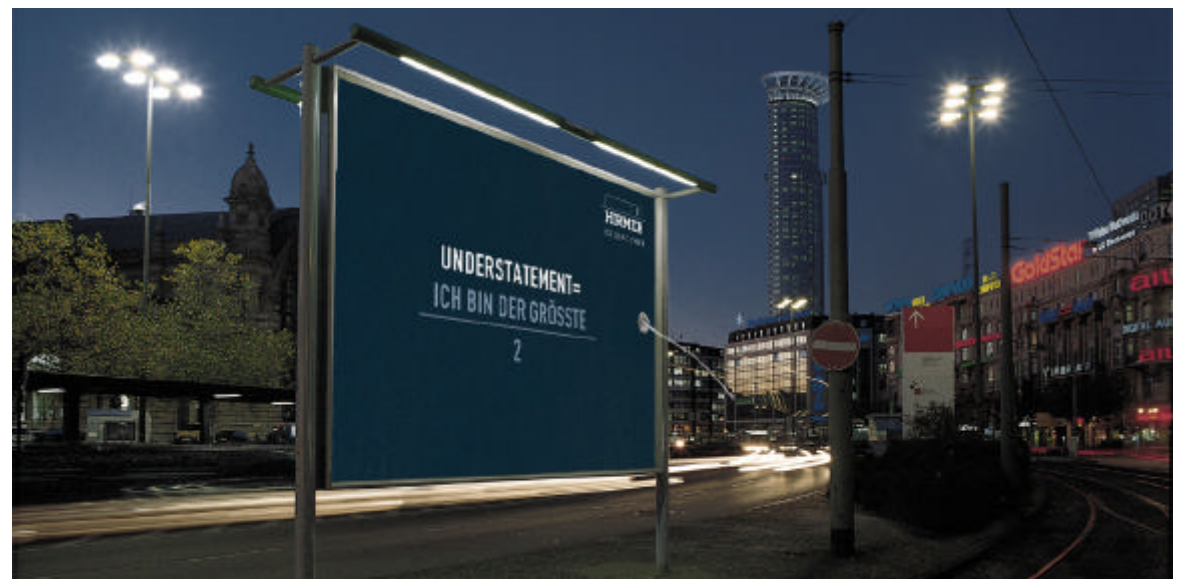
Kampagne ▶ THINKNEWGROUP, 2007





HIRMER HERRENMODEN

Kampagne ▶ THINKNEWGROUP, 2007







*Airwell*

Logo alt

***Airwell***

Logo neu



do you feel airwøll?





ORSAY - MODE FÜR JUNGE FRAUEN

Schaufenster- und Einkaufstütengestaltung ▶ THINKNEWGROUP, 2007

! Kampagne »Thank God I'm a Woman« In Realisation.











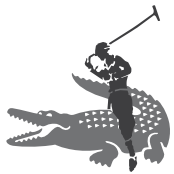
VERSCHIEDENE KUNDEN

Logogestaltung › 2005 – 2007

**Arikon**  
Straßen und Tiefbau

ICH & DU™

**Venezia**



GIPFELSTÜRMER INSTITUT



*Münchner Leseclub E.V.*



VERSCHIEDENE KUNDEN

Logogestaltung | 2005 – 2007

**BIG**  
ENTERTAINMENT



REISCHL&KONRAD

**BQ**



**Birgit Querengäßer**  
Texterin



**MEVLANA**  
CAMI KIRCHSEEON

PIXELTAILORS





Die Adressangaben stehen auf einem Kassenbonnmateral das auf das Briefpapier getackert wird. Die Visitenkarte besteht ebenfalls daraus.

# COMPAS®

•• COMPAS GMBH • JOSEPH-DOLLINGER-BOGEN 7 • 80807 MÜNCHEN ••

## COMPAS®

GESELLSCHAFT FÜR UNTERNEHMENSOPTIMIERUNG MBH

STRASSE	JOSEPH-DOLLINGER-BOGEN 7
ORT	80807 MÜNCHEN
TELEFON	+ 49 (0) 89. 54 39 676
FAX	+ 49 (0) 89. 53 89 192
EMAIL	INFO@COMPAS.DE
WEB	WWW.COMPAS.DE

•••• VIELEN DANK FÜR IHR VERTRAUEN! ••••

## COMPAS®

WECHSELND FÜR SCHNELLE MÄRKTE

GESELLSCHAFT FÜR UNTERNEHMENSOPTIMIERUNG MBH

MARIO MUSTERMANN  
GESCHÄFTSFÜHRUNG

STRASSE	JOSEPH-DOLLINGER-BOGEN 7
ORT	80807 MÜNCHEN
TELEFON	+ 49 (0) 89. 54 39 676
FAX	+ 49 (0) 89. 53 89 192
EMAIL	INFO@COMPAS.DE
WEB	WWW.COMPAS.DE

•••• VIELEN DANK FÜR IHR VERTRAUEN! ••••

•• HRB 103265 AMTSGERICHT MÜNCHEN ••

•• GESCHÄFTSFÜHRER: ROLAND WAGNER ••

•• USTID-NR. DE158316305 ••



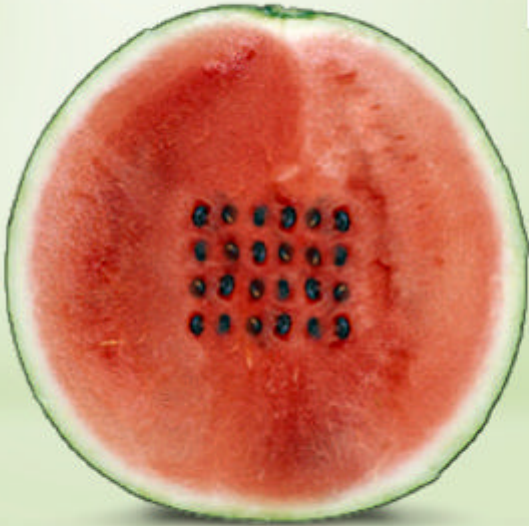
**COMPAS®**  
WIRTSCHAFTSINFORMATIONSSYSTEME

.....

DAS FLEXIBLE AN UNSEREN  
STANDARD-SOFTWARE IST  
IHRE ANPASSUNGSFÄHIGKEIT.

.....

Die CompAS® Consumer Software  
für individuelle Ansprüche.



**COMPAS®**  
WIRTSCHAFTSINFORMATIONSSYSTEME

.....

FÜR UNS IST ORDNUNG  
WAS GANZ NATÜRLICHES:  
EIN ZUVERLÄSSIGES  
VERTRIEBSINFORMATIONSSYSTEM.

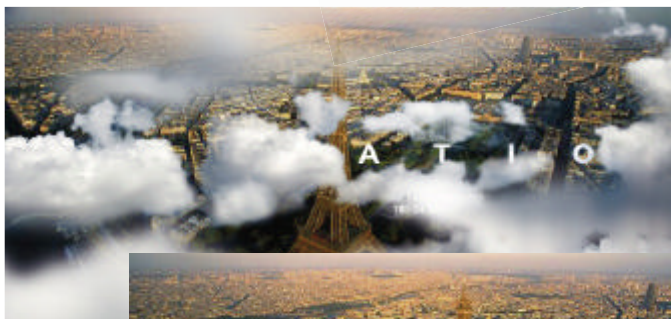
.....

Die CompAS® Consumer Software  
für individuelle Ansprüche.









<b>REPLY CARD</b>	I will visit the EADS Stand on le voléme le stand EADS le	
	<input type="checkbox"/> 12:00 <input type="checkbox"/> 13:00 <input type="checkbox"/> 14:00 <input type="checkbox"/> 15:00 <input type="checkbox"/> 16:00	
<b>LE BOURGET, PARIS AIR SHOW</b>		
<b>INVITATION</b>	On the occasion of the 47th Paris Air Show, A l'occasion du 47ème Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace.	
<b>LE BOURGET, PARIS AIR SHOW</b>	Request the pleasure of the visit of and l'heure d'arrivée.	
<b>18 - 24 JUNE 2007</b>	at the EADS stand on sur le Stand EADS le # Stand EADS N° (1) Hall (1)	
<small>           Being printed on 100% recycled paper. This invitation card is made of 100% recycled paper. <span style="float: right;">This invitation card is made of 100% recycled paper.</span> </small>		

EADS  
 Corporate Protocol  
 37, boulevard de Mazarin  
 75001 Paris Cedex 16  
 France



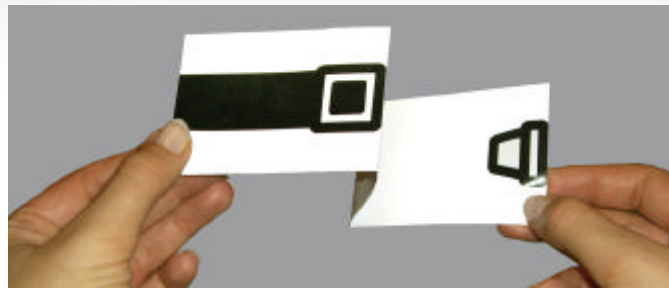
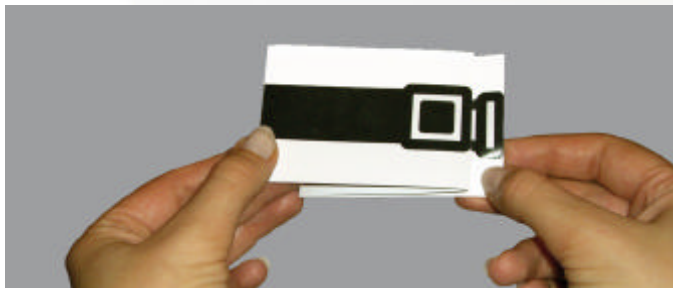






Lindwurmstr.71	t +49(0)89 530 705-5   f -17
80337 München	i www.fastenyourseatbelts.de

<b>FLORIAN FISCHER</b>	t +49(0)89.530.705-0
<b>ART DIRECTOR</b>	e f.fischer@fastenyourseatbelts.de

<b>FASTENYOURSEATBELTS</b>	Lindwurmstr.71	t +49(0)89.530.705-0	e info@fastenyourseatbelts.de	Raiffeisenbank	BLZ 700 100 80
<b>AIRPORT ADVERTISING</b>	80337 München	f +49(0)89.530.705-5	i www.fastenyourseatbelts.de	München	Kto.Nr 14 060 800





	<b>FASTENYOURSEATBELTS</b> AIRPORT ADVERTISING		YEAR/MONTH 2007 : June	DAY 16 : Wednesday	TIME 12 : 38 : 45	LOCATION 12° 59' N   56° 80' E
---	---	---	---------------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------------------

<p>FROM Lindwurmstr. 71 80337 München</p> <p>TELEPHONE NO. +49(0)89.530.705-24</p> <p>FAX NO. +49(0)89.530.705-11</p> <p>EMAIL info@fastenyourseatbelts.de</p> <p>BANK/ORGANISATION Hypovereinsbank MUC</p> <p>BIC 700 200 01</p> <p>KTO NO. 659 116 480</p> <p>STATUS GmbH i.G.</p> <p>GESCHÄFTSFÜHRER Gabi Lück Bernhard Franken</p> <p>WEB www.fastenyourseatbelts.de</p>	<p>BETREFF <b>Düsseldorfer Flughafen wird zum Publikumsmagneten</b></p> <p>Guten Tag, sehr geehrter Herr Mustermann,</p> <p>für unser Telefongespräch haben Sie vielen Dank.</p> <p>Circa 16 Mio. Fluggäste jährlich wollen Sie zukünftig am Düsseldorfer Flughafen als Marke ansprechen. FASTENYOURSEATBELTS ist die einzige Agentur in Deutschland, sich auf das Thema Flughafen und Airport Advertising spezialisiert hat. Wir entwickeln Kommunikation und Services im Kontext Airport, die Markenwerte erlebbar macht und das Umfeld Flughafen an sich aufwertet.</p> <p>Wir betreuen im Punkt Image-/Eigenwerbung seit kurzem auch den Münchener Flughafen und bringen das Know how und Feingefühl dafür mit, Passagiere mit allen fünf Sinnen anzusprechen, den Flughafen zum Besuchermagneten zu machen, die Shopping-Lust zu wecken und den Retail-Bereich mit einzubeziehen, so dass auch die Marken am Flughafen gestärkt werden.</p> <p>Durch unsere einzigartige Agenturkonstellation bringen wir die Kompetenz in der Markenbildung, ein hohes Kreativ-Niveau und räumliches Denken über neue kreative Werbeflächen für Sie mit. An unseren Referenzen am Flughafen bis hin zu Gold-Awards für Airport Advertising können Sie ablesen, wie wir auch für Sie und den Düsseldorfer Flughafen denken würden. Gern würden wir Sie persönlich kennen lernen, um über Ihre Ziele und Ihr Vorhaben zu sprechen.</p> <p>Wir freuen uns auf Ihre Antwort und senden bis dahin gespannte Grüße</p> <p>Claudia Scholz</p>
--	--



DR. BECKMANN HAUSHALTSREINIGER

Dachmarkenkonzeption › THINKNEWGROUP, 2007

Mitarbeit bei der Entwicklung eines neuen Dachmarkenkonzepts inklusive Claiming, Spots, Kampagnen, Anzeigen für einzelne Produkte, Guerilla-Maßnahmen, POS, Funk-Spots etc.  
Entwicklung und Idee des Keyvisuals.

In Entwicklung.





Original  
**Dr. Beckmann**

**Es war einmal ein Fleck.**



**Ende.**



**Dr. Beckmann Fleckenteufel.**

Das kürzeste Märchen vom Fleck erzählt Ihnen Dr. Beckmann, der Spezialist für die gründliche Fleckenvorbehandlung und -entfernung. Mit den neuen Fleckenteufeln können Sie über 150 Flecken aus waschbaren und nicht waschbaren Textilien gezielt entfernen.



Original  
**Dr. Beckmann**

**Pflege macht den Unterschied.**



**Der Kühlschrank Hygiene-Reiniger von Dr. Beckmann.**

Wo Lebensmittel aufbewahrt oder zubereitet werden, ist hygienische Sauberkeit unverzichtbar. Kein Problem mit dem Kühlschrank Hygiene-Reiniger von Dr. Beckmann. Mit Bio-Alkohol sorgt er im Handumdrehen für Hygiene im und um den Kühlschrank.







HEYE KALENDER

Fachanzeigen ▶ SCHULAUSSCHREIBUNG, 2005, GEWINNERKAMPAGNE

»Für die schönsten Seiten im Leben« Wurde von Heye realisiert.

Frage mit Freunden oder die  
 tagen, und freier bei der  
 (10) geistig, um dieses Ka-  
 lter. Kannst Du Mäxchen  
 über ich man nicht uferan  
 Seminar der Mäxchen schen  
 es ergaben wird, das die  
 und andere Gefühl einer Ne-  
 sie darauf stehen werden, in  
 ich wie möglich zu schen-  
 her werden, obwohl es ja da-  
 e, was einem positiven Kom-  
 mune bekommen zu Begrü-  
 d eine der Handbuch mit ad-  
 (11), um das Persönliche zu we-  
 es macht das Ganze zu einem  
 (12) und die Bucher auch  
 si, die einen Spiel kann man  
 lernt als im Leben.

per ein praktisches Übung  
 esse sind sich star beidi-  
 in einem Tisch mit, alle ge-  
 (13) gen, und sich selbst be-  
 (14) gen, und sagen der bei-  
 (15) gen, ich werde dich ge-  
 (16) gen, jeder einzelne man  
 (17) gen, und die Bucher auch  
 (18) gen, und die Bucher auch  
 (19) gen, und die Bucher auch  
 (20) gen, und die Bucher auch  
 (21) gen, und die Bucher auch  
 (22) gen, und die Bucher auch  
 (23) gen, und die Bucher auch  
 (24) gen, und die Bucher auch  
 (25) gen, und die Bucher auch  
 (26) gen, und die Bucher auch  
 (27) gen, und die Bucher auch  
 (28) gen, und die Bucher auch  
 (29) gen, und die Bucher auch  
 (30) gen, und die Bucher auch  
 (31) gen, und die Bucher auch  
 (32) gen, und die Bucher auch  
 (33) gen, und die Bucher auch  
 (34) gen, und die Bucher auch  
 (35) gen, und die Bucher auch  
 (36) gen, und die Bucher auch  
 (37) gen, und die Bucher auch  
 (38) gen, und die Bucher auch  
 (39) gen, und die Bucher auch  
 (40) gen, und die Bucher auch  
 (41) gen, und die Bucher auch  
 (42) gen, und die Bucher auch  
 (43) gen, und die Bucher auch  
 (44) gen, und die Bucher auch  
 (45) gen, und die Bucher auch  
 (46) gen, und die Bucher auch  
 (47) gen, und die Bucher auch  
 (48) gen, und die Bucher auch  
 (49) gen, und die Bucher auch  
 (50) gen, und die Bucher auch  
 (51) gen, und die Bucher auch  
 (52) gen, und die Bucher auch  
 (53) gen, und die Bucher auch  
 (54) gen, und die Bucher auch  
 (55) gen, und die Bucher auch  
 (56) gen, und die Bucher auch  
 (57) gen, und die Bucher auch  
 (58) gen, und die Bucher auch  
 (59) gen, und die Bucher auch  
 (60) gen, und die Bucher auch  
 (61) gen, und die Bucher auch  
 (62) gen, und die Bucher auch  
 (63) gen, und die Bucher auch  
 (64) gen, und die Bucher auch  
 (65) gen, und die Bucher auch  
 (66) gen, und die Bucher auch  
 (67) gen, und die Bucher auch  
 (68) gen, und die Bucher auch  
 (69) gen, und die Bucher auch  
 (70) gen, und die Bucher auch  
 (71) gen, und die Bucher auch  
 (72) gen, und die Bucher auch  
 (73) gen, und die Bucher auch  
 (74) gen, und die Bucher auch  
 (75) gen, und die Bucher auch  
 (76) gen, und die Bucher auch  
 (77) gen, und die Bucher auch  
 (78) gen, und die Bucher auch  
 (79) gen, und die Bucher auch  
 (80) gen, und die Bucher auch  
 (81) gen, und die Bucher auch  
 (82) gen, und die Bucher auch  
 (83) gen, und die Bucher auch  
 (84) gen, und die Bucher auch  
 (85) gen, und die Bucher auch  
 (86) gen, und die Bucher auch  
 (87) gen, und die Bucher auch  
 (88) gen, und die Bucher auch  
 (89) gen, und die Bucher auch  
 (90) gen, und die Bucher auch  
 (91) gen, und die Bucher auch  
 (92) gen, und die Bucher auch  
 (93) gen, und die Bucher auch  
 (94) gen, und die Bucher auch  
 (95) gen, und die Bucher auch  
 (96) gen, und die Bucher auch  
 (97) gen, und die Bucher auch  
 (98) gen, und die Bucher auch  
 (99) gen, und die Bucher auch  
 (100) gen, und die Bucher auch



Glauben auch Sie, dass Menschen mehr mit einem Kalender verbinden als schöne Bilder: Hobbies, Wünsche, Interessen - ja sogar Sehnsüchte? Wir glauben daran. Deshalb schaffen wir von Heye Kalender, die so vielseitig sind wie das Leben Ihrer Kunden. Sowohl durch Marktforschung, als auch in Zusammenarbeit mit den Medien - Tag für Tag, Monat für Monat, Jahr für Jahr. Lassen Sie Sehnsüchte zu. Mit Kalendern von Heye. Ihre Kunden werden sie lieben. Und Sie dafür natürlich auch.

Die schönsten Seiten des Lebens. [www.hey.de](http://www.hey.de)



Glauben auch Sie, dass Menschen mehr mit einem Kalender verbinden als schöne Bilder: Hobbies, Wünsche, Interessen - ja sogar Sehnsüchte? Wir glauben daran. Deshalb schaffen wir von Heye Kalender, die so vielseitig sind wie das Leben Ihrer Kunden. Sowohl durch Marktforschung, als auch in Zusammenarbeit mit den Medien - Tag für Tag, Monat für Monat, Jahr für Jahr. Lassen Sie Sehnsüchte zu. Mit Kalendern von Heye. Ihre Kunden werden sie lieben. Und Sie dafür natürlich auch.

Die schönsten Seiten des Lebens. [www.hey.de](http://www.hey.de)



Glauben auch Sie, dass Menschen mehr mit einem Kalender verbinden als schöne Bilder: Hobbies, Wünsche, Interessen - ja sogar Sehnsüchte? Wir glauben daran. Deshalb schaffen wir von Heye Kalender, die so vielseitig sind wie das Leben Ihrer Kunden. Sowohl durch Marktforschung, als auch in Zusammenarbeit mit den Medien - Tag für Tag, Monat für Monat, Jahr für Jahr. Lassen Sie Sehnsüchte zu. Mit Kalendern von Heye. Ihre Kunden werden sie lieben. Und Sie dafür natürlich auch.

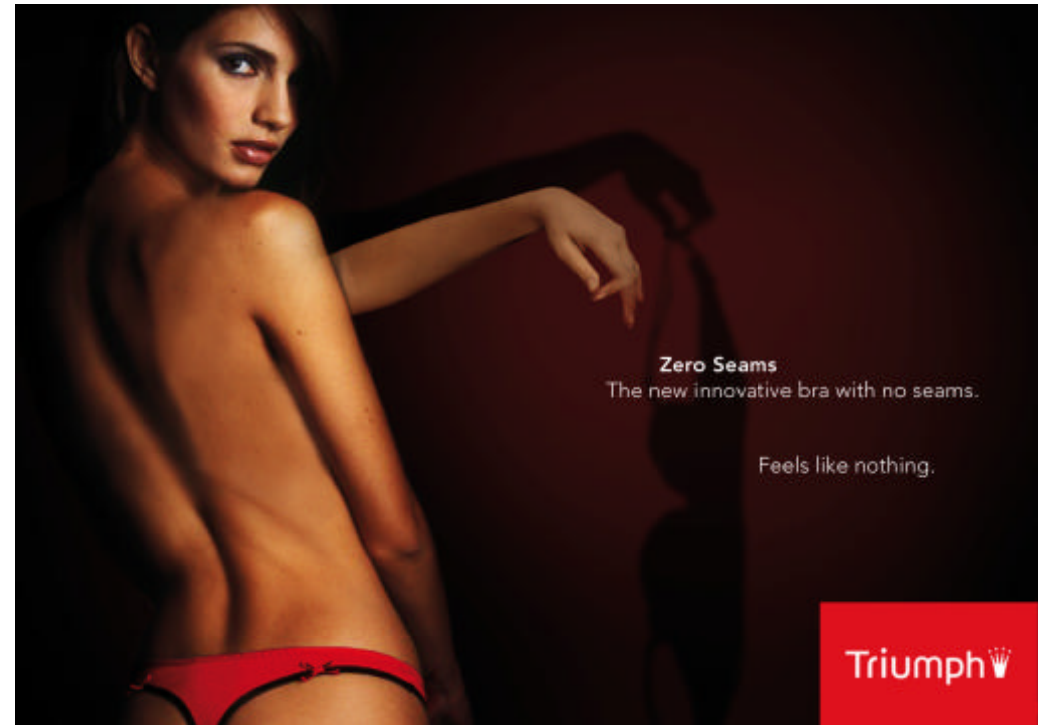
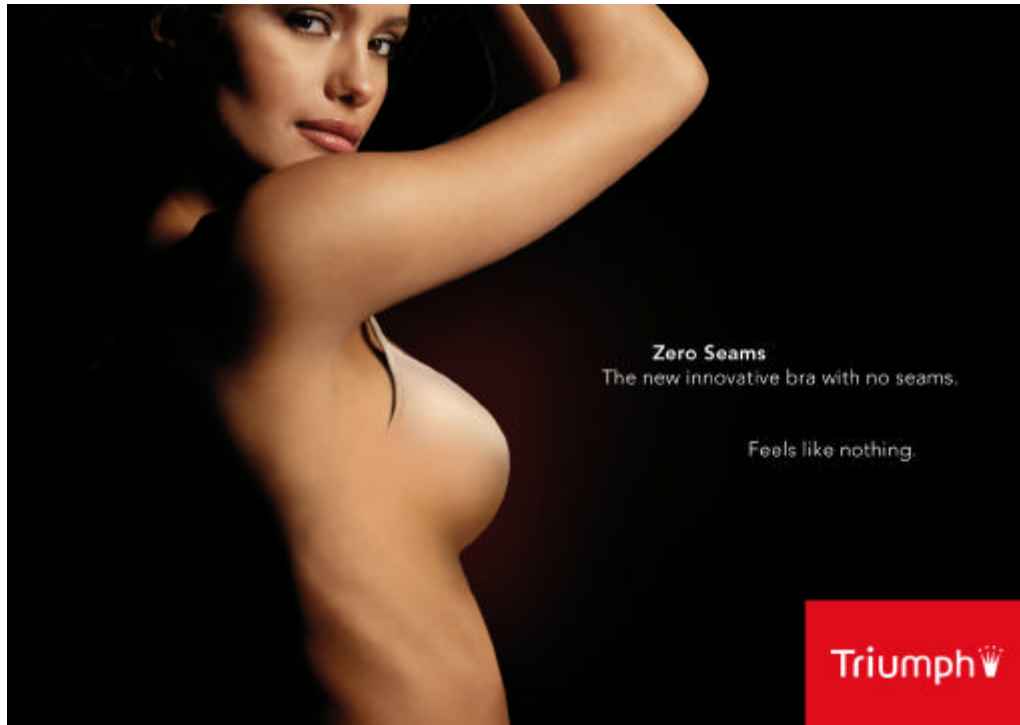
Die schönsten Seiten des Lebens. [www.hey.de](http://www.hey.de)



TRIUMPH WÄSCHE

Anzeigen ▶ THINKNEWGROUP, 2007

▪ Pitch. Idee, Konzeptionelle Mitarbeit, Naming.





BMW GOLFSPORT

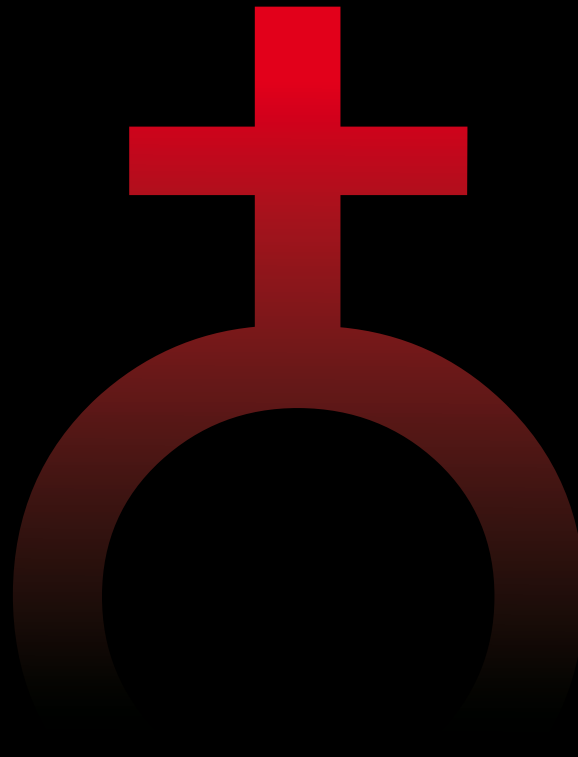
Anzeigen ▶ THINKNEWGROUP, 2007

Pitch.





19000 FRAUEN STERBEN  
JEDES JAHR AN BRUSTKREBS



Gehen sie zur Vorsorgeuntersuchung.





## RAPGRUPPE »BKT«

Erscheinungsbild ▶ DIPLOMARBEIT, 2006  
(Note 1,0)

Entwicklung eines kompletten Erscheinungsbildes für die Rap-Gruppe »B.K.T.« anlässlich ihres neuen Albums »Affenalbtraum«. Kampagne, Logo, Flashsite, Video, Merchandising-artikel etc.

Teilweise realisiert.



RAPGRUPPE »B.K.T.«

Erscheinungsbild › DIPLOMARBEIT, 2006

CD-Booklet »Affenalbtraum« in einem durchsichtigen Hartplastikcase





Beim auf- und zuklappen ...



...entsteht immer ein neues Bild







PÖB: »**REIZ**« geht an:  
 Helge Fendle, meine Fans, Maria, Papa,  
 Wase, Bubi & Janek, One Flug, L&L, Lacia,  
 Luc M, Kometen, Bianca, Bibo & Bino,  
 Ivi & Sasa, Martin Albert, Whiteboy Simon,  
 Shari, Gino, PATZ

Bilder: Netzpolitik's »**REIZ**« geht an:  
 ...

© 2006  
 CD-Booklet »Affenlabtraum«  
 in der Edition »REIZ«



RAPGRUPPE »BKT«

Erscheinungsbild ▶ DIPLOMARBEIT, 2006

Logos, T-Shirt, Aufkleber

**ICH DRÜCK DICH  
IN DIE KREISSAGE  
RECORDZ**

**FÜR  
AFFEN**

www.bktteam.de

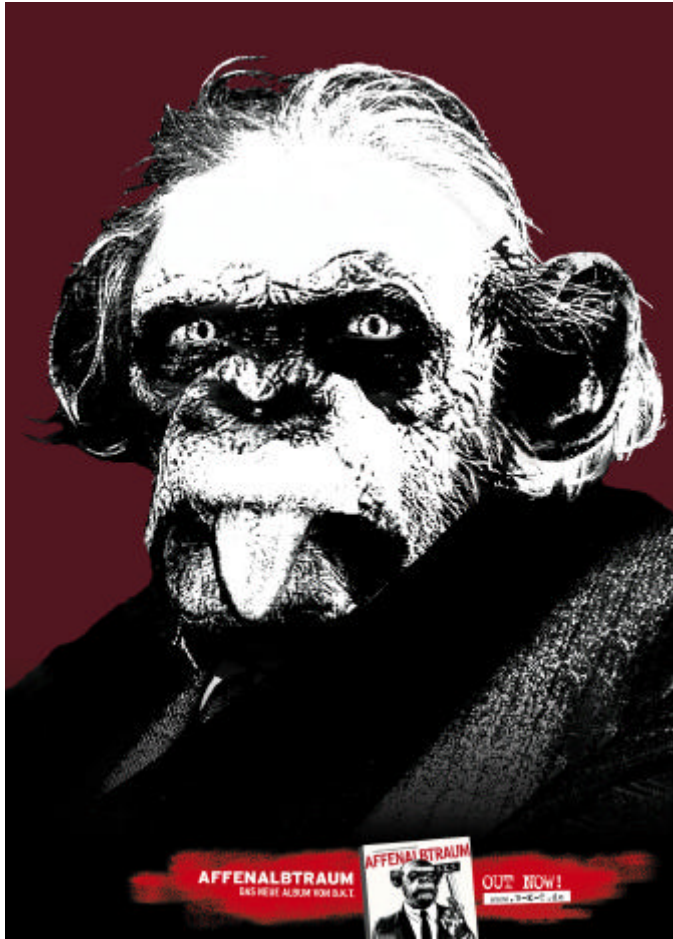




RAPGRUPPE »BKT«

Erscheinungsbild ›DIPLOMARBEIT, 2006

Anzeigen »Affenalbtraum«









»SANDSTURM« TYPE

Schriftgestaltung ›SCHULARBEIT, 2005

Realisiert.



گلدستہ  
کتابت

a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z

hamburgetype



## FREBO FRISCHHALTEFOLIE

Erscheinungsbild › SCHULARBEIT, 2006

Naming, Idee und Entwicklung des Corporate und Packaging  
Designs für eine Frischhaltefolie.







**funky.fresh.folie.**

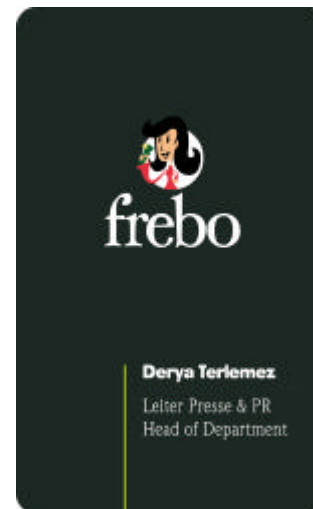


frebo

Zeppelinstr. 29  
81669 München

Tel. +49 (0) 89 / 78 60 180 - 0  
Fax. +49 (0) 89 / 78 60 180 - 5

email: info@frebo.de  
internet: www.frebo.de





»SWEET CHERRY« PARTYEIS

Erscheinungsbild ›SCHULARBEIT, 2004

Idee und Naming. Entwicklung des Corporate und Packaging  
Designs für ein Eis am Stiel mit Wodka und Kirsche.



SWEETCHERRY

SWEETCHERRY ZUFÜHRUNG 24. DEZEMBER 2004



SWEETCHERRY

**Katherine Stangl**  
PR & Marketing

Nestlé AG  
Arthur-Kutscher-Platz 4  
80802 München

T + 49 (0) 89 64 185 0  
F + 49 (0) 89 64 185 2  
k.stangl@sweetcherry.de

[www.SweetCherry.de](http://www.SweetCherry.de)



»SWEET CHERRY« PARTVEIS

Erscheinungsbild »SCHULARBEIT, 2004

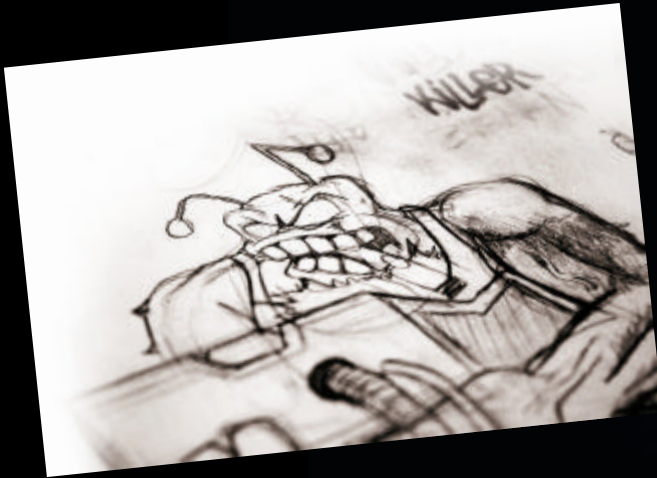






KILLERBIENENHONIG FÜR KINDER

Produktgestaltung, Werbespot ▶ SCHULARBEIT, 2006





# KILLERBIENENHONIG FÜR KINDER

Werbepot (Storyboard) › SCHULARBEIT, 2006

<p><b>KILLERBIENENHONIG</b> - Fernsehspot - 30 sec SPRINGER&amp;JACOBY, Team Terlessez</p>	<p><b>ALLGEMEINES</b> Eine Komödie-Einstellung (ein Bild). Harte Schritte. Ein 10-jähriger Junge hocht immer an der selben Stelle, harte Schritte zeigen ihn immer in einer anderen Haltung, wie er sein Brot mit Honig isst. Ebenso kann er an der selben Stelle: Ein wildes und scheinbar wütendes "stöhnen" am linken Bildrand das man nicht erkennt (der Oberans von Superhelden, starke Mikroben und anderen starken Gestalten)</p>
	<p><b>TON</b> Der gesamte Spot über hört man nur sehr lautes, heftiges, teilweise fürchterregendes Schreien und das gewöhnliche Schmatzen des Jungen.</p>
<p><b>BILD</b> etwas haariges (Craig King) zappelt an linken Bildrand, während Junge gewöhnlich in das Honigbrot hineinstößt!</p>	<p><b>TON</b> affektiertes, wildes, fürchterndes geflüchtes.</p>
<p>Junge schaut sich gelangweilt um, während seine Gegenüber (Poppe) vor lauter drücken ganz rot wird.</p>	<p>Poppe stößt und die Platte geht.</p>
<p>schließt die Augen, neigt langsam den Kopf, genießt das Brot.</p>	<p>Junge: "heissweiss", Son-Gokai</p>
<p>Junge reißt Augen auf und lacht, weil es ihm so gut schmeckt.</p>	<p>Junge sagt stöhnend... Poppe Langohrhaup "stöhnen"</p>
<p>Junge reißt sich arrogant die Finger.</p>	<p>Junge in überlegenem, gelangem</p>

...mt von links und das  
...on rechts reingeflogen.  
...landet ein kleiner süßer  
...n Schritten auf das  
...was davon (dauert



...federn fliegen und der süße  
...werschnaufendem,  
... "Gibt Muskel" erscheint aus



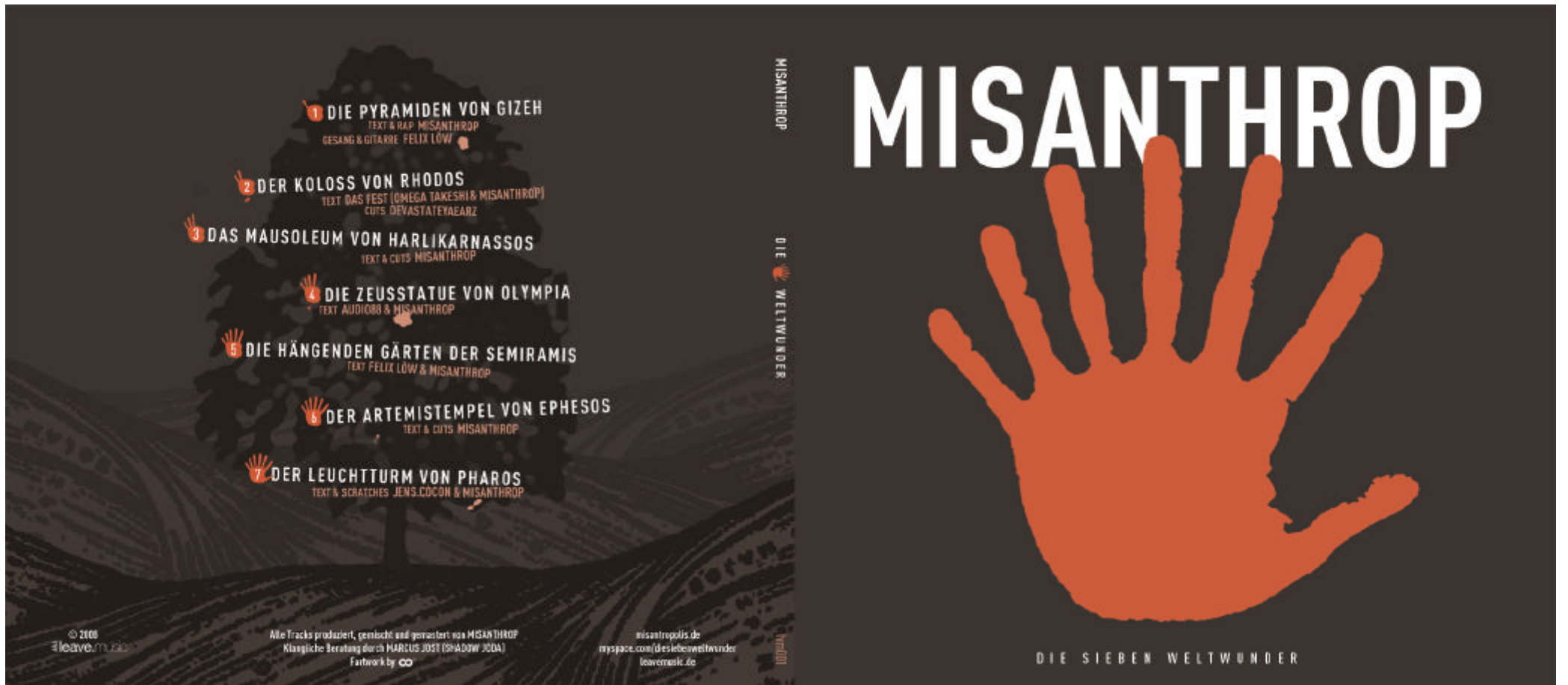






RAPPER »MISANTHROP«

CD Gestaltung »SELBSTSTÄNDIGE ARBEIT, 2007





GALERIE

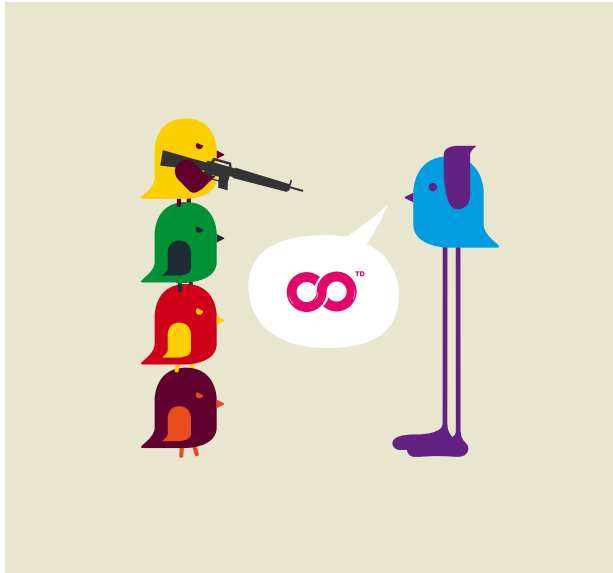
Flyer und Großplakat ›SELBSTSTÄNDIGE ARBEIT, 2005





GALERIE

T-Shirts, Aufkleber, Illustrationen ▶ SELBSTSTÄNDIGE ARBEITEN, 2005 – 2006





GALERIE

Siebdruck ▶ SCHULARBEIT, 2005







**DERYA TERLEMEZ**  
Über mich



**FACHLICHE KENNTNISSE**

Sehr sicher in allen gängigen Grafik-Programmen, Flash, Dreamweaver, Html, CSS, Actionscript etc.

**EIGENSCHAFTEN**

Lernbegierig, unkompliziert, positiv, neugierig

**FREMDSPRACHEN**

Englisch, Türkisch

**ZIELVORSTELLUNG**

Ich werde alles geben, möchte gefordert und gefördert werden

**AUSSERBERUFLICHE**

**TÄTIGKEITEN**

Webdesign & Programmierung, seit Januar 2008 in Ausbildung zum Transaktionsanalytiker

**INTERESSEN**

Design, Musik, Film, Bücher, Poker, Psychologie u.v.m.

**SEP 2006 – DEZ 2007**  
Junior-AD bei thinknewgroup  
München

**2006**  
3-wöchiges Austauschprojekt  
in Finnland

**APR 2007 – JUN 2007**  
Teilnahme an der MCAD  
(Masterclass Artdirection)

**AUG 2006**  
Staatl. geprüfter Kommunikationsdesigner

**2003 – 2006**  
Designschule München  
(ehem. Bfs für Grafik & Werbung)

**2002-2003**  
Webdesigner



