

IGOR RENKO

Senior Brand
Designer

PORTFOLIO 2026

- 01 Kurz über mich
- 02 Work in Focus
- 03 Selected Logos



Igor Renko

Senior Brand Designer

+49 176 82428545

hello@igorrenko.com

@igor.renko

Ich bin Brand Designer und Illustrator mit 15 Jahren Branchenerfahrung – davon sieben Jahre als Senior Designer bei KittoKatsu in Düsseldorf. Ich verbinde strategisches Brand Design mit starker, charaktervoller Illustration. Mein Fokus liegt darauf, Marken durch visuelles Storytelling, spielerische Details und ein klares Gespür für Zeitgeist Identität zu verleihen.

Ich verfüge auch über fundierte Kenntnisse in Fotografie und Animation und setze diese gezielt in meine gestalterische Arbeit ein. Darüber hinaus arbeite ich routiniert mit KI-gestützten Tools und generativen Modellen, die ich flexibel an neue technologische Entwicklungen anpasse und als kreative Unterstützung in Konzeptions- und Gestaltungsprozessen nutze.

02 Work in Focus

Kunde: Lethal Cosmetics

Fokus: Brand Strategy, Rebranding,
Design System & Packaging

Lethal Cosmetics ist eine der einflussreichsten Indie-Beauty-Brands in Deutschland – mutig, expressiv und tief in der Community verwurzelt. Meine Aufgabe im Team war es, das strategische Fundament der Brand zu schärfen und eine visuelle Evolution zu entwickeln, die Gen Z begeistert, ohne die Millennial-Basis zu verlieren. Kern der Identität ist der Kontrast: „Beauty with a bite“.

Ich habe ein konsistentes Design-System mitentwickelt, das sich mühelos über alle Touchpoints skalieren lässt – von Packaging und limitierten Drops bis hin zu Kampagnen und Digitalplattformen.

Mit einer maßgeschneiderten Wordmark, einem neuen Brand-Icon und klaren visuellen Codes haben wir Lethal einen noch stärkeren, hochwertigeren und unverwechselbaren Auftritt verliehen.

Before



After



Kunde: Lethal Cosmetics

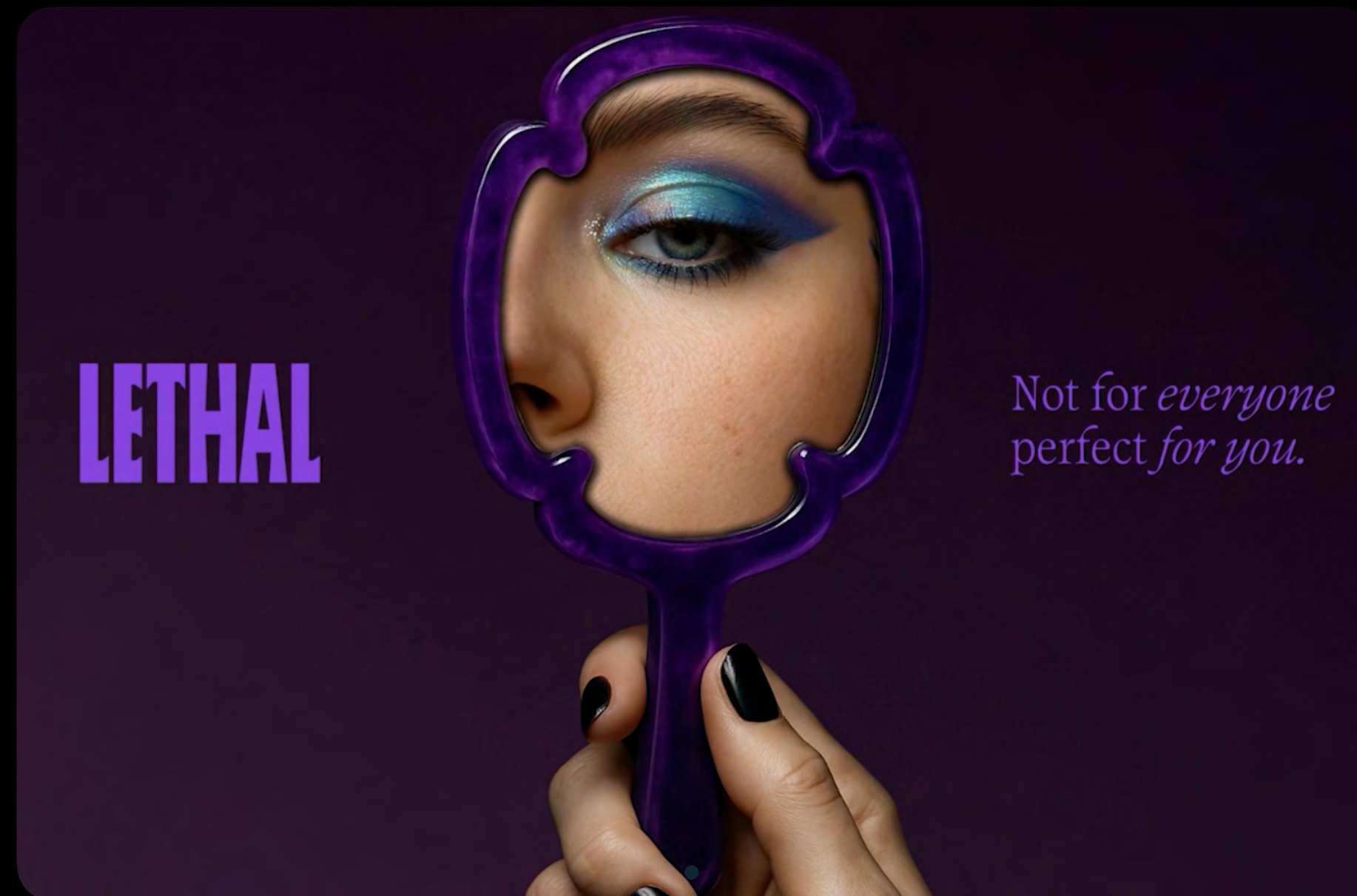
Fokus: Brand Strategy, Rebranding,
Design System & Packaging



Das neue Brand-Icon ist von der berüchtigten Belladonna-Blume inspiriert – oberflächlich zart, im Kern tödlich. Diese Metapher verbindet die organische Schönheit von Kosmetikprodukten mit der kompromisslosen, kantigen DNA der Marke Lethal. Die Linienführung des Logos und der Typografie greift die gefährliche Eleganz von giftigen Blütenblättern und Dornen auf.

Kunde: Lethal Cosmetics

Fokus: Brand Strategy, Rebranding,
Design System & Packaging

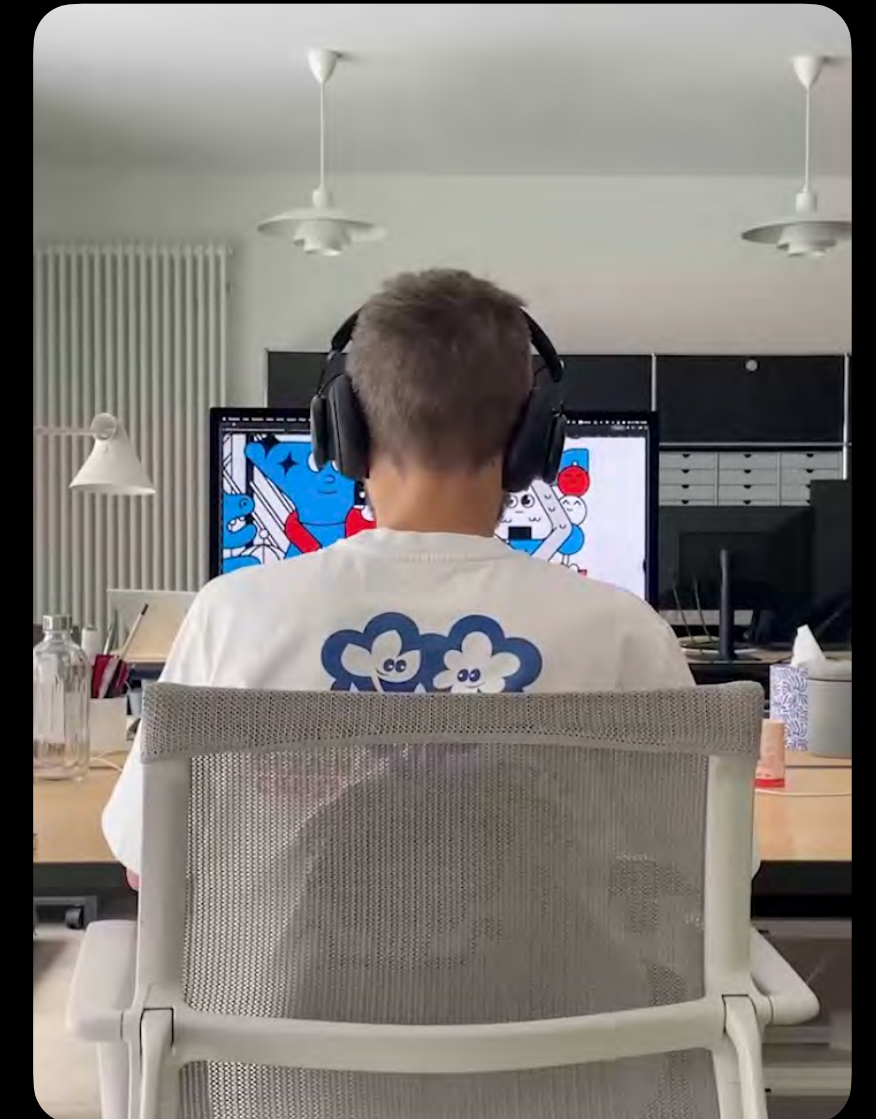
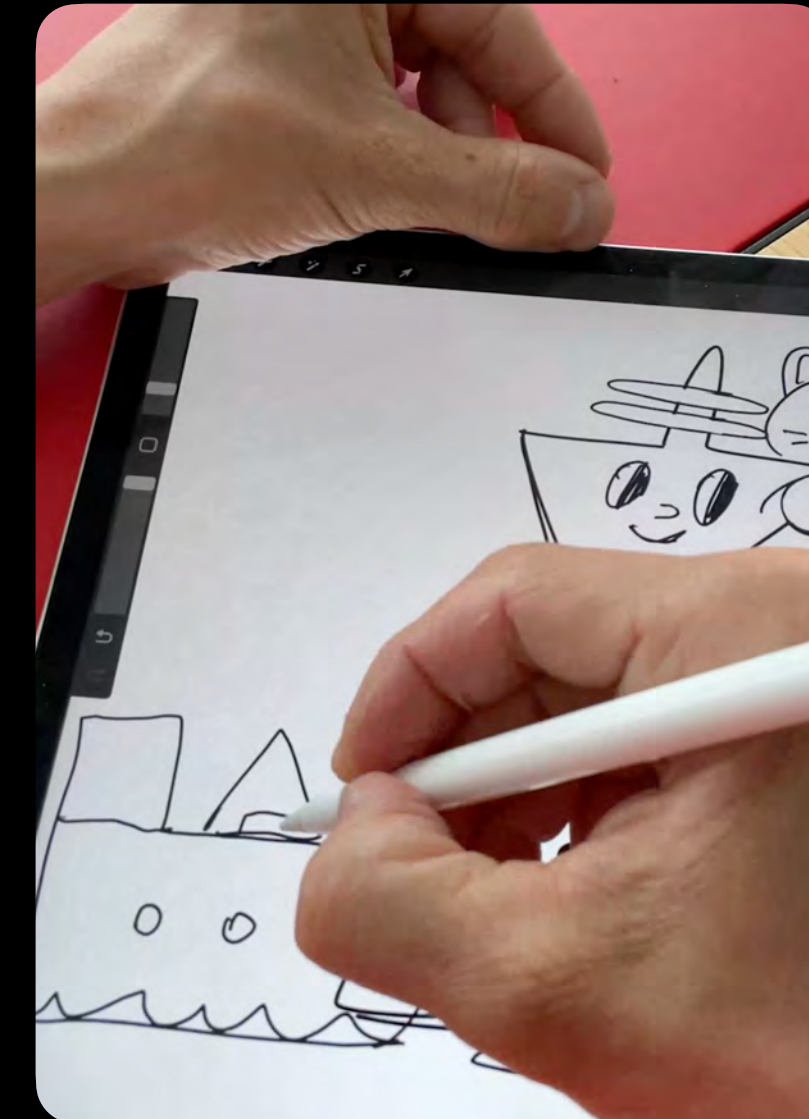
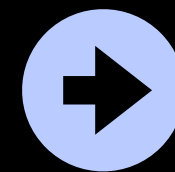
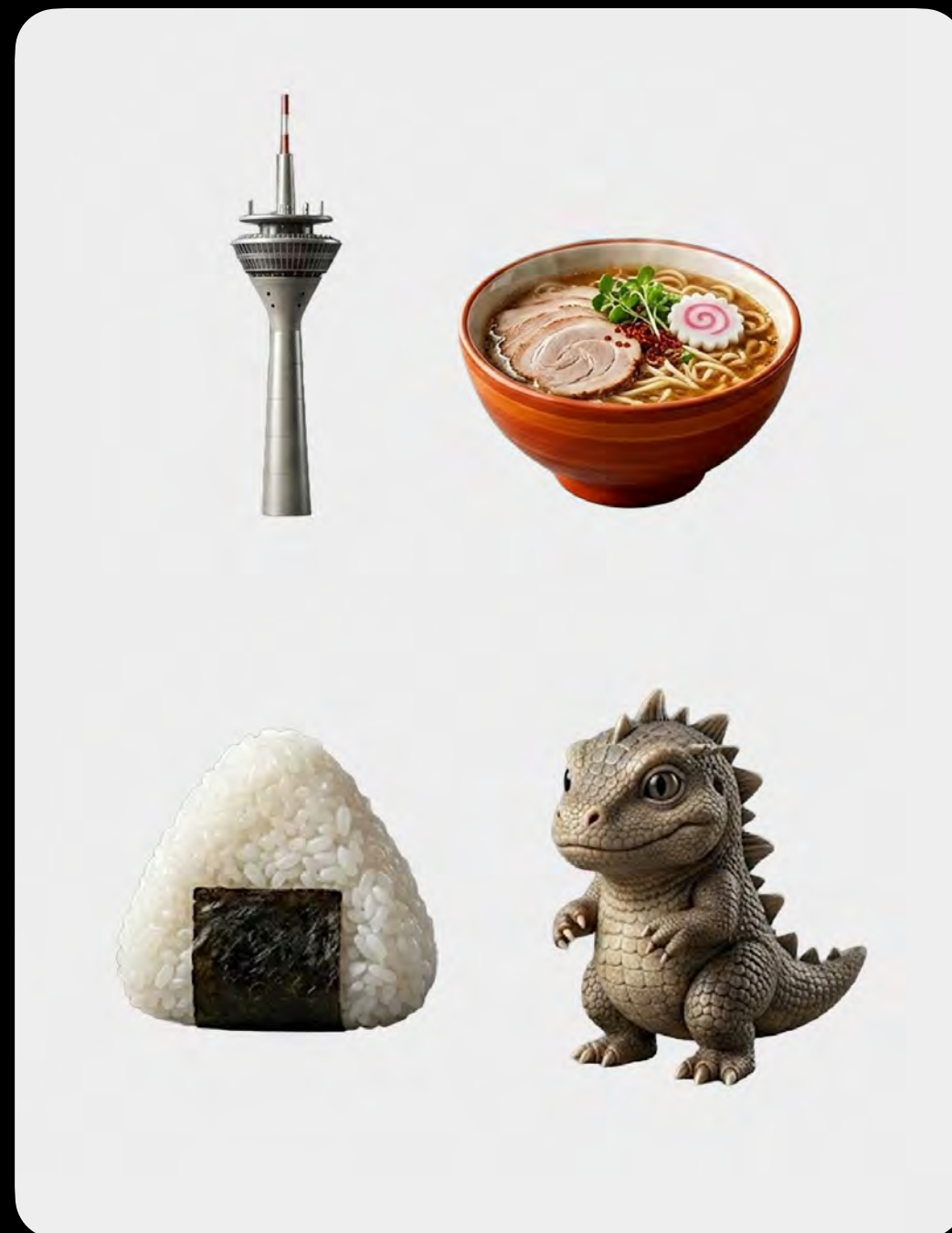


Little Tokyo Map

Kunde: Visit Düsseldorf

Fokus: Art Direction, Illustration,
Design System & Print

Für die aktuelle Ausgabe der Little Tokyo Map entwickelte ich gemeinsam mit Visit Düsseldorf und KittoKatsu ein illustratives Designsystem, das sowohl im Print als auch in digitalen Medien eingesetzt werden kann. Neben der Art Direction und den Illustrationen entstand eine eigenständige visuelle Welt, die die kulturelle Vielfalt des Düsseldorfer Japanviertels spielerisch und zeitgemäß vermittelt. Ergänzend wurden 3D-Charaktere für digitale Anwendungen entwickelt.



Little Tokyo Map

Kunde: Visit Düsseldorf
Fokus: Art Direction, Illustration, Design System & Print

Reichweite & Impact: 60.000 gedruckte Exemplare im gesamten Stadtgebiet, ein digitaler PDF-Guide.



Kickin' Beats

Kunde: Visit Düsseldorf

Fokus: Brand Identity, Illustration & Print

Im Rahmen der UEFA-Fußball-Europameisterschaft der Männer entstand mit **Kickin' Beats** eine Eventreihe, die DJs aus verschiedenen europäischen Nationen zusammenbringt. Das Konzept feiert die kulturelle Vielfalt Europas und verbindet Musik und Fußball zu einem gemeinsamen Erlebnis.

Das visuelle Erscheinungsbild basiert auf einem markanten Key Visual, das die Dynamik rotierender Plattenteller aufgreift und flexibel auf unterschiedliche Medien und Formate übertragen werden kann.



Kickin' Beats

Kunde: Visit Düsseldorf

Fokus: Illustration, Design System & Print

Im Rahmen der UEFA-Fußball-Europameisterschaft der Männer entstand mit **Kickin' Beats** eine Eventreihe, die DJs aus verschiedenen europäischen Nationen zusammenbringt. Das Konzept feiert die kulturelle Vielfalt Europas und verbindet Musik und Fußball zu einem gemeinsamen Erlebnis.

Das visuelle Erscheinungsbild basiert auf einem markanten Key Visual, das die Dynamik rotierender Plattenteller aufgreift und flexibel auf unterschiedliche Medien und Formate übertragen werden kann.



Eleasa

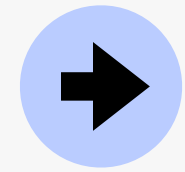
Kunde: el Leasing GmbH

Fokus: Corporate Design,
Markenpositionierung, Webdesign

Eleasa ermöglicht Gehaltsumwandlung für Mitarbeitenden-Benefits. Anders als Wettbewerber, die nur Produkte präsentieren, stellt Eleasa die Freude am Erlebnis in den Mittelpunkt. Der Markenname verbindet „el leasing“ mit einem persönlichen Vornamen und gibt der Marke ein menschliches Gesicht. Im Zentrum der Identität steht eine dynamische, sympathische Figurenmarke. Ein klarer, humorvoller Ton mit feiner Selbstironie sorgt dafür, dass Eleasa lebendig und überraschend bleibt – ohne ins Alberne zu kippen.



Before



After



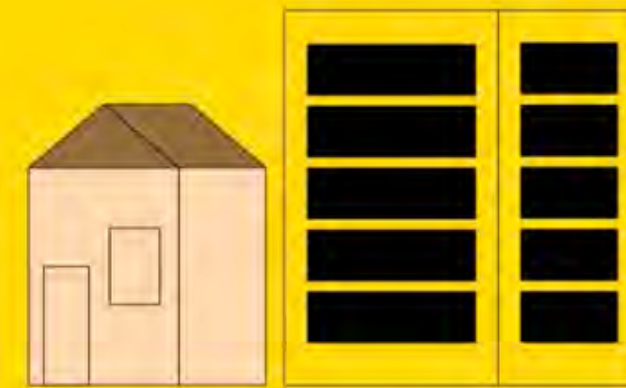
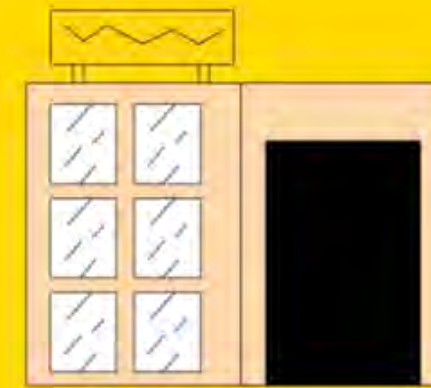
Eleasa

Kunde: el Leasing GmbH

Fokus: Corporate Design,
Markenpositionierung, Webdesign

Eleasa ermöglicht Gehaltsumwandlung für Mitarbeitenden-Benefits. Anders als Wettbewerber, die nur Produkte präsentieren, stellt Eleasa die Freude am Erlebnis in den Mittelpunkt. Der Markenname verbindet „el leasing“ mit einem persönlichen Vornamen und gibt der Marke ein menschliches Gesicht. Im Zentrum der Identität steht eine dynamische, sympathische Figurenmarke. Ein klarer, humorvoller Ton mit feiner Selbstironie sorgt dafür, dass Eleasa lebendig und überraschend bleibt – ohne ins Alberne zu kippen.

Mach dein Unternehmen zum
Vorreiter der Mikromobilität  und
zeig allen, dass  Umweltverantwortung,
Mitarbeitenden-Benefits  und
Kostenersparnis  miteinander
vereinbar sind!

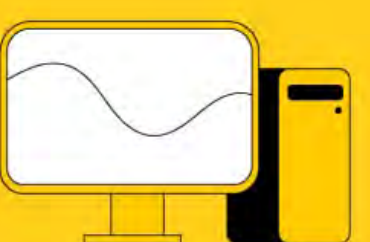
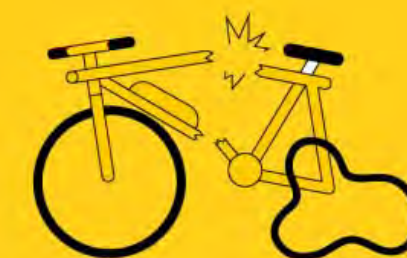


Eleasa

Kunde: el Leasing GmbH

Fokus: Corporate Design,
Markenpositionierung, Webdesign

Eleasa ermöglicht Gehaltsumwandlung für Mitarbeitenden-Benefits. Anders als Wettbewerber, die nur Produkte präsentieren, stellt Eleasa die Freude am Erlebnis in den Mittelpunkt. Der Markenname verbindet „el leasing“ mit einem persönlichen Vornamen und gibt der Marke ein menschliches Gesicht. Im Zentrum der Identität steht eine dynamische, sympathische Figurenmarke. Ein klarer, humorvoller Ton mit feiner Selbstironie sorgt dafür, dass Eleasa lebendig und überraschend bleibt – ohne ins Alberne zu kippen.



Austern Fest in Theatermuseum



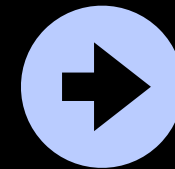
Illustrative Postergestaltung für eine Veranstaltung im Theatermuseum – inklusive dem von KittoKatsu gestalteten Café im Hofgarten. Die Plakate waren mehrere Wochen im Düsseldorfer Stadtbild präsent.

Ehrenhof Open

Kunde: New Fall Festival GmbH

Fokus: Brand Strategy, Rebranding,
Design System, Illustration, Print

Ehrenhof Open ist seit 2022 ein Festival-Erlebnis mit kuratiertem Konzert- und Eventprogramm. Inspiriert von den Kunstwerken und Skulpturen am Ehrenhof/NRW-Forum, verbindet die Festival-Identität diese künstlerischen Elemente zu einer lebendigen, farbenfrohen visuellen Sprache – ganz im Sinne einer unbeschwerten, freudigen Feierstimmung.

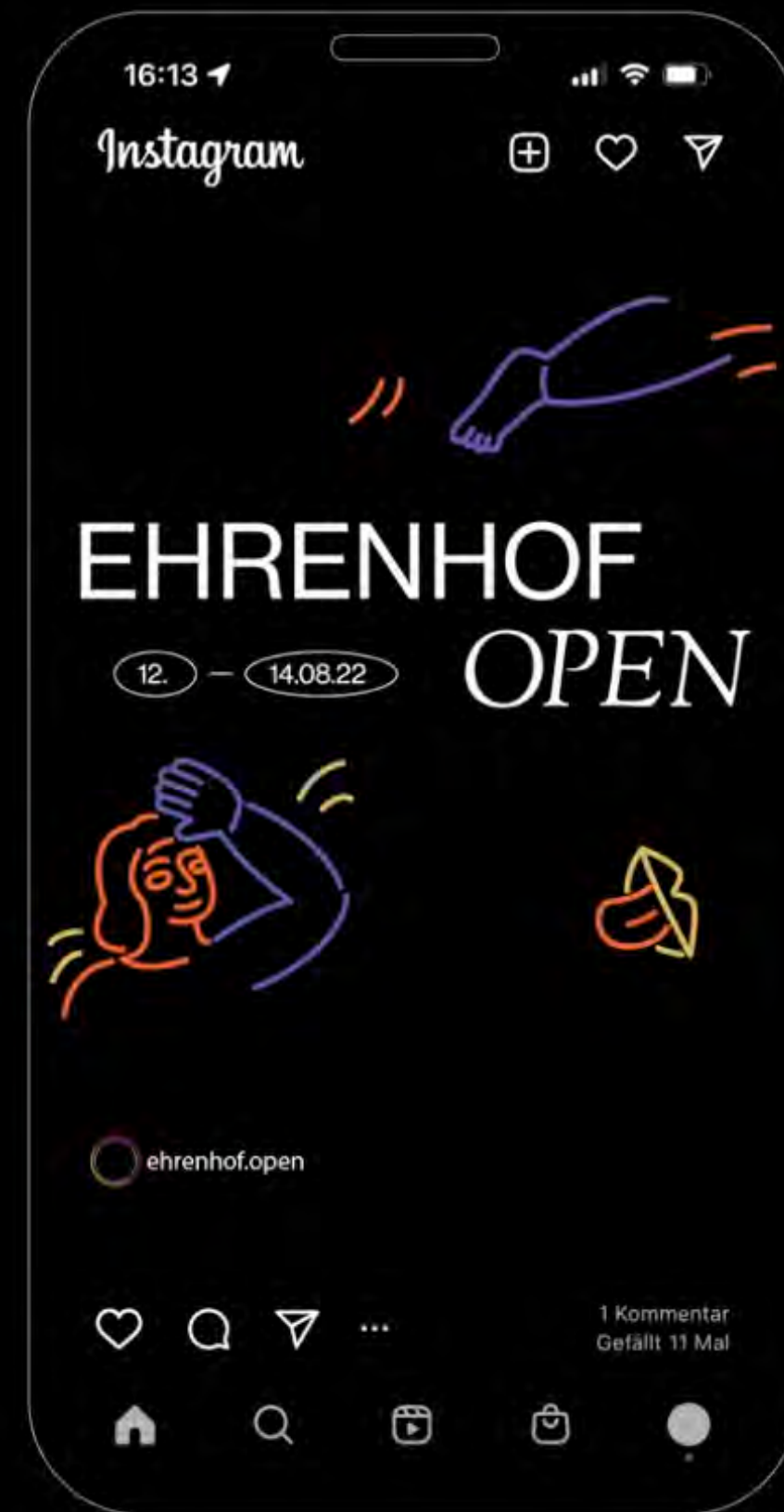
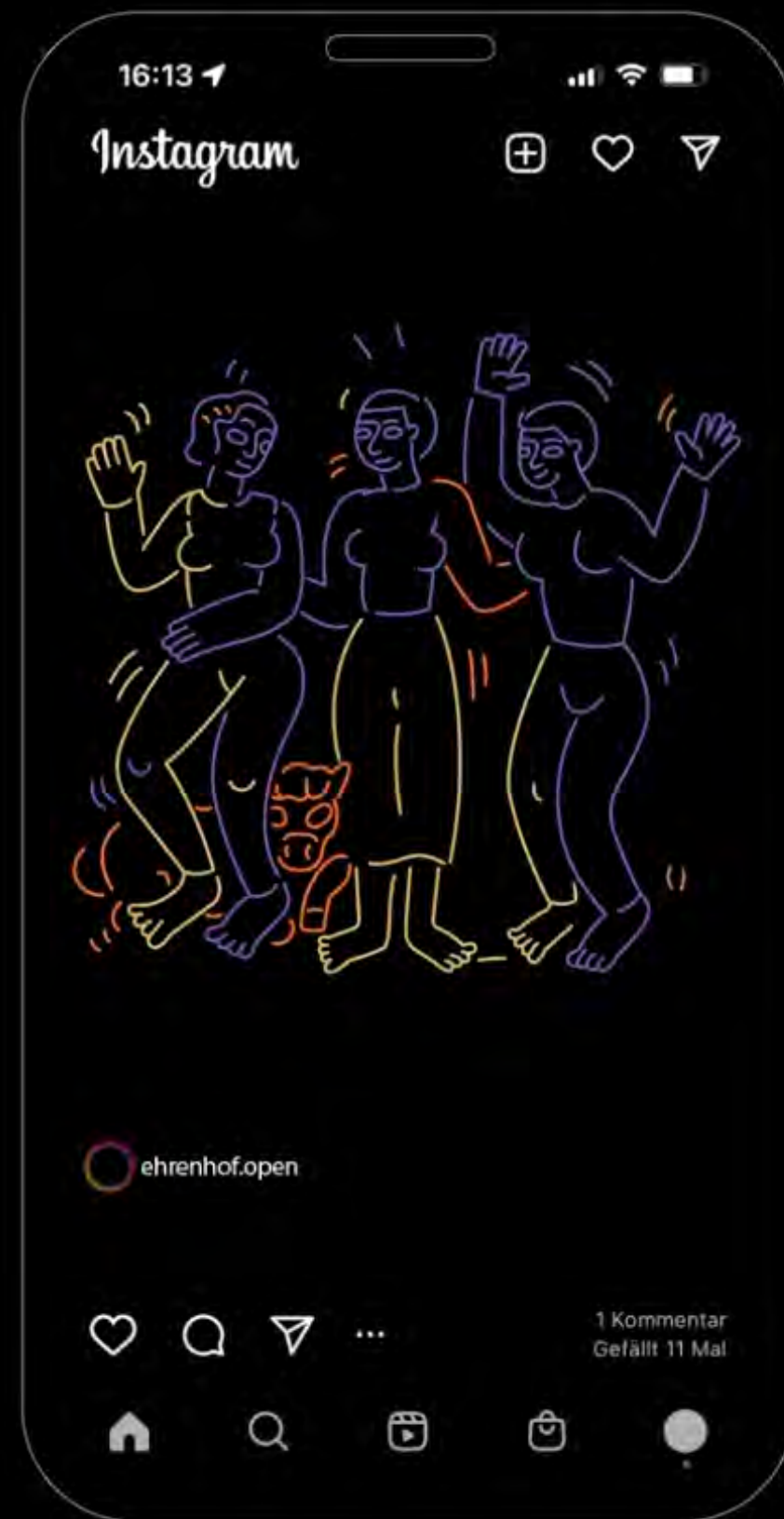


Ehrenhof Open

Kunde: New Fall Festival GmbH

Fokus: Brand Strategy, Rebranding, Design System, Illustration, Print

Ehrenhof Open ist seit 2022 ein Festival-Erlebnis mit kuratiertem Konzert- und Eventprogramm. Inspiriert von den Kunstwerken und Skulpturen am Ehrenhof/NRW-Forum, verbindet die Festival-Identität diese künstlerischen Elemente zu einer lebendigen, farbenfrohen visuellen Sprache – ganz im Sinne einer unbeschwerten, freudigen Feierstimmung.



Park Life Düsseldorf

Kunde: New Fall Festival GmbH

Fokus: Corporate Design, Illustration

ParkLife verwandelt Düsseldorfs Parks in lebendige Orte für Kultur, Musik und Gemeinschaft. Für die Saison 2026 habe ich die Identität zu einem spielerischen, illustrativen Designsystem weiterentwickelt: eine eigene Bildwelt, in der die Natur zur Bühne wird.

Neue Charaktere, ein geschärftes Logo und eine kräftige Farbpalette lassen sich flexibel über Plakate, Social Media, Merchandise und Vor-Ort-Kommunikation skalieren – zehn Jahre ParkLife, gefeiert mit einer Identität, die einladend und unverkennbar bleibt.

Creative Direction, Konzept, Skizzen und visuelle Sprache wurden von mir entwickelt. Die finale Bildproduktion erfolgte KI-gestützt auf Basis meiner Entwürfe.



Park Life Düsseldorf

Kunde: New Fall Festival GmbH

Fokus: Corporate Design, Illustration

ParkLife verwandelt Düsseldorfs Parks in lebendige Orte für Kultur, Musik und Gemeinschaft. Für die Saison 2026 habe ich die Identität zu einem spielerischen, illustrativen Designsystem weiterentwickelt: eine eigene Bildwelt, in der die Natur zur Bühne wird.

Neue Charaktere, ein geschärftes Logo und eine kräftige Farbpalette lassen sich flexibel über Plakate, Social Media, Merchandise und Vor-Ort-Kommunikation skalieren – zehn Jahre ParkLife, gefeiert mit einer Identität, die einladend und unverkennbar bleibt.

Creative Direction, Konzept, Skizzen und visuelle Sprache wurden von mir entwickelt. Die finale Bildproduktion erfolgte KI-gestützt auf Basis meiner Entwürfe.



Park Life Düsseldorf

Kunde: New Fall Festival GmbH

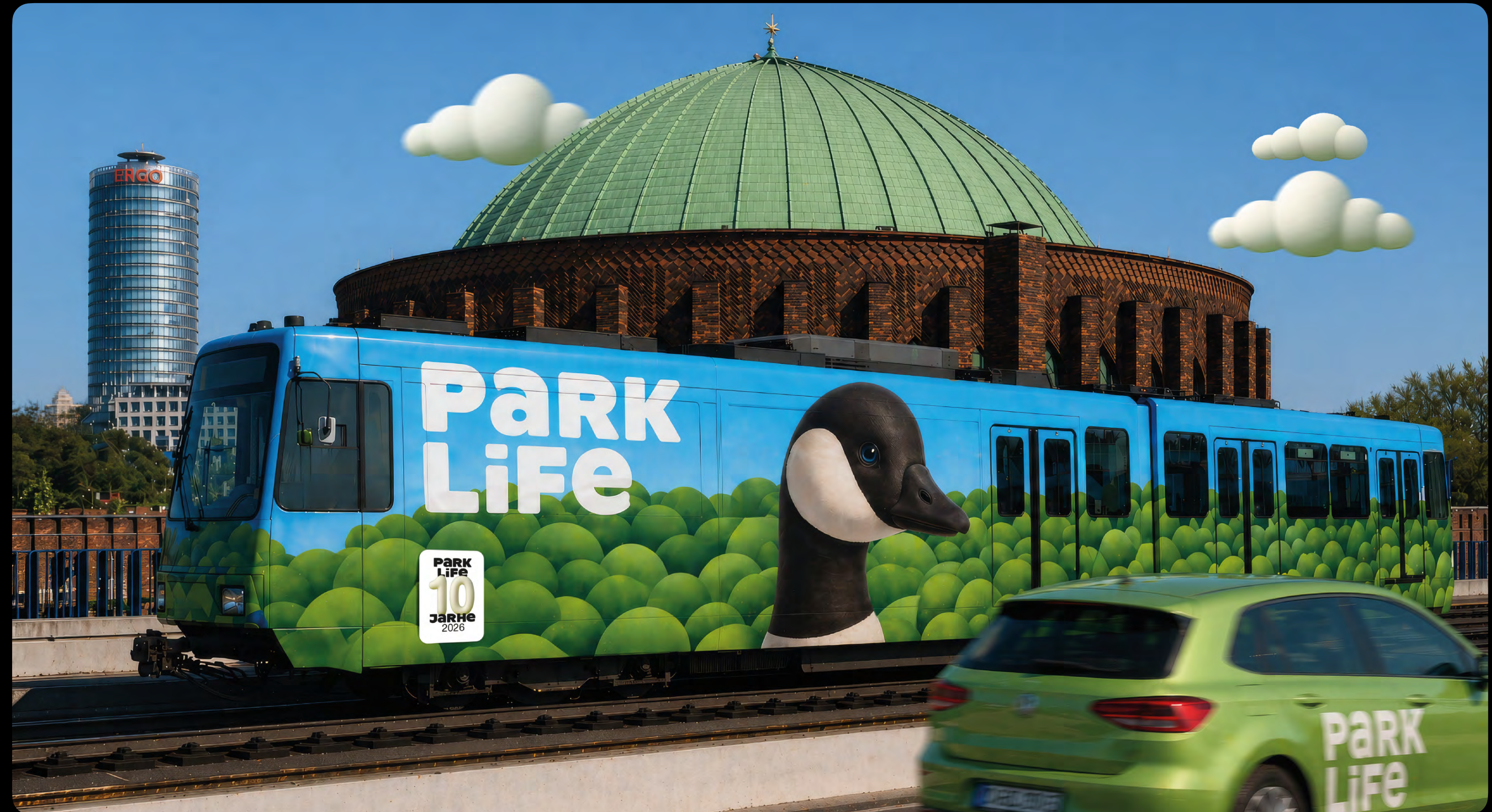
Fokus: Corporate Design, Illustration



ParkLife verwandelt Düsseldorfs Parks in lebendige Orte für Kultur, Musik und Gemeinschaft. Für die Saison 2026 habe ich die Identität zu einem spielerischen, illustrativen Designsystem weiterentwickelt: eine eigene Bildwelt, in der die Natur zur Bühne wird.

Neue Charaktere, ein geschärftes Logo und eine kräftige Farbpalette lassen sich flexibel über Plakate, Social Media, Merchandise und Vor-Ort-Kommunikation skalieren – zehn Jahre ParkLife, gefeiert mit einer Identität, die einladend und unverkennbar bleibt.

Creative Direction, Konzept, Skizzen und visuelle Sprache wurden von mir entwickelt. Die finale Bildproduktion erfolgte KI-gestützt auf Basis meiner Entwürfe.



Park Life Düsseldorf

Kunde: New Fall Festival GmbH

Fokus: Corporate Design, Illustration

ParkLife verwandelt Düsseldorfs Parks in lebendige Orte für Kultur, Musik und Gemeinschaft. Für die Saison 2026 habe ich die Identität zu einem spielerischen, illustrativen Designsystem weiterentwickelt: eine eigene Bildwelt, in der die Natur zur Bühne wird.

Neue Charaktere, ein geschärftes Logo und eine kräftige Farbpalette lassen sich flexibel über Plakate, Social Media, Merchandise und Vor-Ort-Kommunikation skalieren – zehn Jahre ParkLife, gefeiert mit einer Identität, die einladend und unverkennbar bleibt.

Creative Direction, Konzept, Skizzen und visuelle Sprache wurden von mir entwickelt. Die finale Bildproduktion erfolgte KI-gestützt auf Basis meiner Entwürfe.



Numero Uno

Kunde: NUMERO UNO GOURMET TRADING

Fokus: Corporate Design, Packaging

Entwicklung der Markenidentität und des Packaging-Designs für eine internationale Premium-Kaviarmarke. Inspiriert vom Art Nouveau verbindet die Gestaltung klassische Eleganz mit einer modernen, selbstbewussten Markenästhetik.

Neben dem visuellen Erscheinungsbild war ich an der Entwicklung von Positionierung, Markenerzählung und zentralen Markenbotschaften beteiligt.

Das Ergebnis ist eine hochwertige Premium-Marke mit klarer Differenzierung innerhalb eines traditionell geprägten Marktumfelds.



Numero Uno

Kunde: NUMERO UNO GOURMET TRADING

Fokus: Corporate Design, Packaging

Entwicklung der Markenidentität und des Packaging-Designs für eine internationale Premium-Kaviarmarke. Inspiriert vom Art Nouveau verbindet die Gestaltung klassische Eleganz mit einer modernen, selbstbewussten Markenästhetik.

Neben dem visuellen Erscheinungsbild war ich an der Entwicklung von Positionierung, Markenerzählung und zentralen Markenbotschaften beteiligt.

Das Ergebnis ist eine hochwertige Premium-Marke mit klarer Differenzierung innerhalb eines traditionell geprägten Marktumfelds.



CYC T-shirt

IGOR RENKO

PORTFOLIO

23

Illustration und Design zum zweiten Jubiläum eines Fahrradladens in Merschbuch. Entwicklung eines exklusiven Motivs für T-Shirts, Sweatshirts und Taschen. Ein Teil der Einnahmen unterstützt **World Bicycle Relief**.



Type O'Clock

Kollaboration mit Type O'Clock, einem in Düsseldorf ansässigen Uhrenhersteller. Entwicklung einer Serie von drei Illustrationen für Edelstahluhren, die grafische Klarheit mit einem eigenständigen, erzählerischen Charakter verbinden. Weitere Informationen unter typeoclock.com.



Rund um die Kö 24

Illustratives T-Shirt-Motiv für das Düsseldorfer Radrennen „Rund um die Kö“. Entstanden in kreativer Zusammenarbeit mit @mats_kubiak vom G31 Studio – ein sportliches Projekt mit viel Freude und Bewegung.



Rund um die Kö 24

Entwicklung einer Fotowand für die Veranstaltung **Rund um die Kö** in Düsseldorf (2025). Gestaltung eines prägnanten visuellen Elements, das als Blickfang im öffentlichen Raum dient und die Atmosphäre des Events visuell unterstützt.



Oluno

Kunde: Klosterfrau Health Care

Fokus: Packaging

Oluno ist Name und Markenidentität für ein pflanzliches Schlafmittel eines führenden europäischen Healthcare-Unternehmens. Der Name leitet sich vom hawaiianischen „olu olu“ ab – ein Gefühl von Leichtigkeit – und verbindet sich mit den Assoziationen Nacht (Noctem) und Neuheit (Nova).

Im Zentrum des Packaging-Designs stehen Schlafwellen, die die drei Schlafphasen darstellen und ein Gefühl von Schwerelosigkeit vermitteln.

Statt des typischen Blau-Weiß konventioneller Schlafmittel setzen wir auf warme Farben und verbinden präzises Grafikdesign mit spielerischen Illustrationen, die die natürlichen Inhaltsstoffe unterstreichen.



Oluno

Kunde: Klosterfrau Health Care

Fokus: Packaging

Oluno ist Name und Markenidentität für ein pflanzliches Schlafmittel eines führenden europäischen Healthcare-Unternehmens. Der Name leitet sich vom hawaiianischen „olu olu“ ab – ein Gefühl von Leichtigkeit – und verbindet sich mit den Assoziationen Nacht (Noctem) und Neuheit (Nova).

Im Zentrum des Packaging-Designs stehen Schlafwellen, die die drei Schlafphasen darstellen und ein Gefühl von Schwerelosigkeit vermitteln.

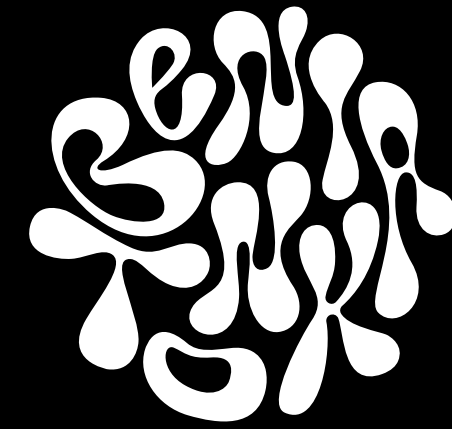
Statt des typischen Blau-Weiß konventioneller Schlafmittel setzen wir auf warme Farben und verbinden präzises Grafikdesign mit spielerischen Illustrationen, die die natürlichen Inhaltsstoffe unterstreichen.



03 Selected Logos

Selected Logos

oyono



MRBENS
CafÉ

UDH

Poo
dini



wekita.

PARK
LiFe

AWA

CHAMMI

Haftungshinweis

Alle Texte, Bilder und Grafiken unterliegen dem Schutz des Urheberrechts und anderen Schutzgesetzen. Sie dürfen nicht ohne Genehmigung durch den Urheber und ohne Honorarleistung kopiert, verbreitet, verändert oder Dritten zugänglich gemacht werden. Der Gebrauch von urheberrechtlich geschütztem Material, das von uns oder Dritten auf diesen Seiten zur Verfügung gestellt wird, darf nur im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen und der Nutzungsbedingungen geschehen. Jede andere Nutzung von Texten und Bildern dieser Präsentation ist honorarpflichtig und bedarf einer vorherigen, schriftlichen Einverständniserklärung des Urhebers. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind deren Anbieter selbst verantwortlich; die Verlinkung dient lediglich der Information. Wir haben keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und den Inhalt der verlinkten Seiten.