

Frederik Wollnik

Brand & Digital Content Designer

[Portfolio online ansehen ↗](#)



Über mich

Ich gestalte Marken- und Digitalinhalte für die Unternehmenskommunikation. Dabei interessiert mich nicht nur, wie etwas aussieht, sondern was es erreichen soll. Meine Ausbildung zum Mediamatiker EFZ habe ich im bildzug-Netzwerk in drei Betrieben absolviert: Kundendienst bei der WWZ, Grafik bei Lustenberger & Dürst und zuletzt zwei Jahre in der EMEA-Marketingkommunikation bei Siemens Healthineers. Dort auf Englisch, im täglichen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen in der ganzen Region.

Frederik Wollnik

Brand & Digital Content Designer

frederik@wollnik.ch

+41 76 749 73 39

Raum Luzern, Schweiz

Skills

Grafik & Layout

Video & Motion Design

UX / UI Design

Projektmanagement

Audio & Podcast

Fotografie

Inhalt

01 – Rebranding Rollout EMEA

Eine ganze Region auf eine neue Marke umstellen. Asset für Asset.

02 – Onboarding-Film Standort Steinhausen

Zehn Tage für einen Film, den ab jetzt jeder Neuzugang sieht.

03 – Messewände für die Region EMEA

Vom ersten Layout bis zur Druckfreigabe.

04 – Kundenreferenz-Video

Gedreht dort, wo behandelt wird: im laufenden Spitalbetrieb.

05 – Interner Podcast über Berufsbilder

Sauberer Ton, auch wenn zwischen Host und Gast ein Kontinent liegt.

06 – Konzeptarbeit: Rebranding und Kampagne Seetal Tourismus

Von der Zielgruppe zum Interface. Zuerst die Strategie.

01 – Rebranding Rollout EMEA

Eine ganze Region auf eine neue Marke umstellen. Asset für Asset.

Client

Siemens Healthineers International AG

Timeline

2025 (Rebranding),
seit 2026 Brand Update (laufend)

Team

2-3 designers (EMEA)

My Role

Adaption, Redesign und Produktion
von Assets, Druckkoordination, inter-
ner Brand-Support

Tools

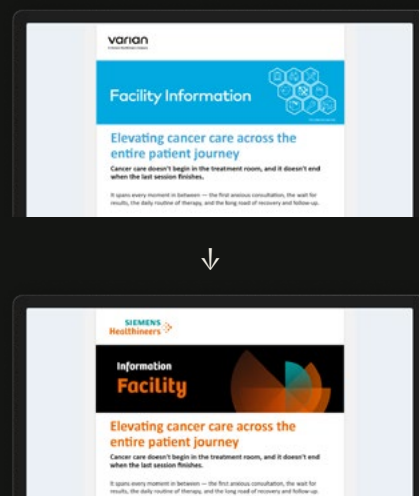
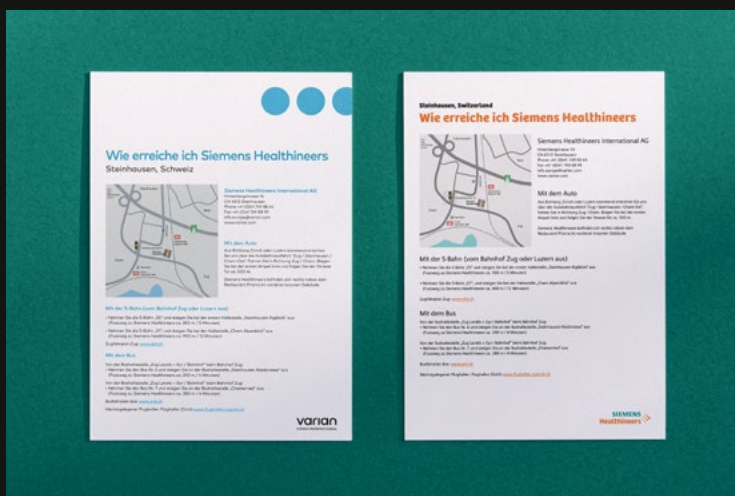
Adobe CC, PowerPoint

Ausgangslage

Mit dem Zusammenschluss von Varian und Siemens Healthineers musste jedes Asset in der Region EMEA nachziehen. Ein gestaffeltes Programm über das ganze Jahr 2025 hinweg, bei dem sich alles sauber ins globale Markensystem einfügen musste – abgestimmt mit Stakeholdern in der ganzen Region.

Meine Arbeit

In einem kleinen Designteam habe ich Messegrafiken, Präsentationen, Printmaterialien und digitale Banner adaptiert, überarbeitet und produziert. Zusätzlich habe ich wiederverwendbare Vorlagen aufgebaut, mit denen die Kolleginnen und Kollegen in der Region ihre Unterlagen selbst markenkonform erstellen können. Bei Fragen rund um die Marke war ich die interne Anlaufstelle. Seit Anfang 2026 geht die Arbeit im Brand Update von Siemens Healthineers weiter und fließt in jede Messe und jede neue Grafik ein.



02 – Onboarding-Film Standort Steinhausen

Zehn Tage für einen Film, den ab jetzt jeder Neuzugang sieht.

Client

Siemens Healthineers International AG,
Standort Steinhausen

Timeline

10 Tage, von der Idee bis zur Abgabe

Team

Solo

My Role

Konzept, Zielgruppendefinition, Dreh,
Motion Design, Schnitt, Dokumentation

Tools

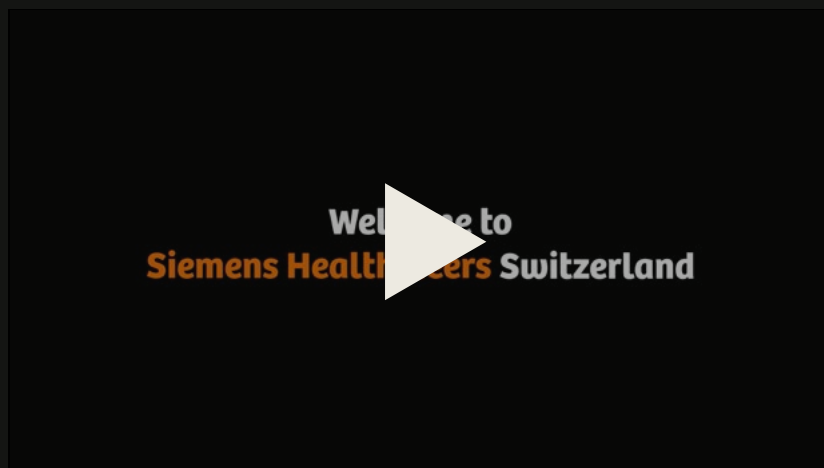
Kamera, Gimbal, Adobe CC

Ausgangslage

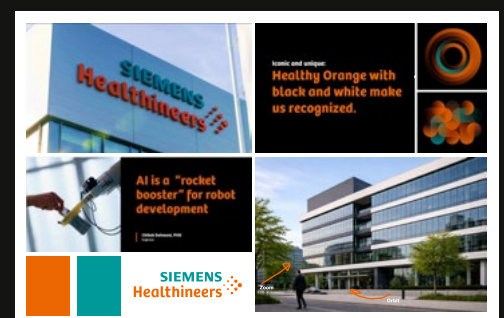
Neue Mitarbeitende bringen Fragen mit, die keine Präsentation beantwortet. Der Film sollte willkommen heißen, Orientierung geben und den Ton für den Standort setzen, und zwar unabhängig davon, in welcher Funktion jemand anfängt. Mitten in der Produktion zeigte sich Sensorstaub im gesamten Aussenmaterial. Ursache suchen, Sensor reinigen, neu drehen: Qualität und Termin blieben stehen.

Meine Arbeit

Der ganze Film in zehn Tagen, von der Zielgruppendefinition über Konzept, Dreh und Motion Design bis zum fertigen Schnitt samt Projektdokumentation. Heute gehört er zum Onboarding aller neuen Mitarbeitenden am Standort.



[Zum Video ↗](#)



03 – Messewände für die Region EMEA

Vom ersten Layout bis zur Druckfreigabe.

Client

Siemens Healthineers International AG

Timeline

2024 – 2026

My Role

Design, Artwork-Produktion, Druckdaten, Abstimmung mit Lieferanten

Tools

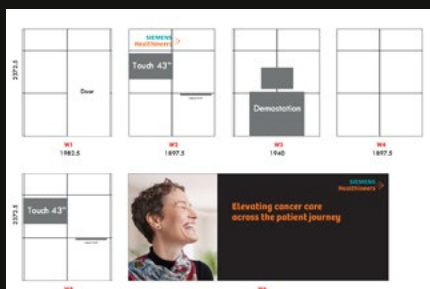
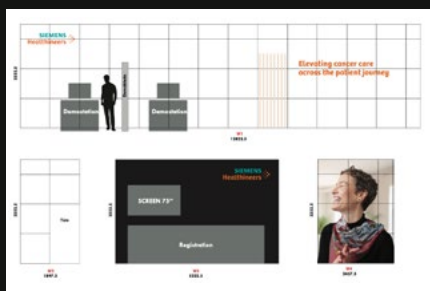
Illustrator, InDesign, Photoshop

Ausgangslage

Marketingbotschaften auf die Flächen internationaler Messestände bringen: auf Distanz lesbar, über alle Panelgrößen hinweg stimmig, und gleichzeitig den Corporate-Design-Vorgaben wie den Kommunikationszielen der jeweiligen Kampagne verpflichtet.

Meine Arbeit

Grafiken für internationale Messeauftritte und digitale Events in EMEA, vom ersten Layout bis zur druckfertigen Datei. Spezifikationen, Proofs und Termine habe ich direkt mit den Druckdienstleistern geklärt. Gelernt habe ich dabei vor allem eines: Produktionsvorgaben gehören ins Design, nicht ans Ende des Prozesses.



04 – Kundenreferenz-Video

Gedreht dort, wo behandelt wird: im laufenden Spitalbetrieb.

Client

Siemens Healthineers International AG
& fmi Hospital Interlaken

Ort

fmi Spital, Interlaken

Team

zweiköpfige Crew

My Role

Unterstützung bei Video- und
Audioproduktion

Tools

Kamera, Audio-Kit, Gimbal, Licht

Ausgangslage

Wer im laufenden Spitalbetrieb dreht, passt sich ständig an: an klinische Abläufe, an gesperrte Bereiche und an Menschen, deren Arbeitstag man sich für ein paar Stunden ausleiht. Personal, MRT-System und Kundeninterviews mussten trotzdem durchgehend gleich gut aussehen und klingen.

Meine Arbeit

Als Teil der zweiköpfigen Crew habe ich Video und Ton über den ganzen Dreh hinweg unterstützt. Das Ergebnis sollte ruhig und glaubwürdig wirken, denn in der Medizintechnik ist Vertrauen das eigentliche Produkt.



Zum Video ↗

05 – Interner Podcast über Berufsbilder

Sauberer Ton, auch wenn zwischen Host und Gast ein Kontinent liegt.

Client

Siemens Healthineers International AG

Timeline

2024 – 2026

My Role

Technische Produktion, Aufnahme-Setup, Remote-Sessions, Audio-Postproduktion

Tools

Audition, Audio-Kit, Riverside.fm

Ausgangslage

Die Interviews entstanden vor Ort und remote, der Host in der Schweiz, einzelne Gäste bis hinunter nach Nordafrika. Jedes Setup musste denselben sendefähigen Ton liefern, und die Gespräche sollten natürlich, kompakt und angenehm hörbar bleiben.

Meine Arbeit

Die technische Produktion von A bis Z: Aufnahme-Setup, Remote-Sessions und Postproduktion, jeweils getestet und durchgespielt, bevor überhaupt jemand auf Aufnahme drückte. Dazu das Kürzen der Gespräche, so dass die Substanz den Schnitt überlebt.

06 – Konzeptarbeit: Rebranding und Kampagne Seetal Tourismus

Von der Zielgruppe zum Interface. Zuerst die Strategie.

Client

Schulprojekt, fiktives Briefing für
Seetal Tourismus

Team

4 Personen

My Role

Zielgruppenanalyse, Repositionierung,
App-Konzept, UI/UX für Web und App,
Pitch

Tools

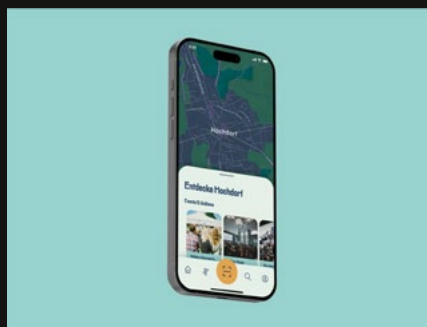
Figma, Adobe CC

Ausgangslage

Eine gemeinsame Markenstrategie für eine Schweizer Tourismusregion, die verschiedene Zielgruppen anspricht und sich gleichzeitig von den etablierten Destinationen abhebt.

Meine Arbeit

Aus Zielgruppenanalyse und Repositionierung ist ein App-Konzept entstanden, dazu das UI/UX-Design für Web und App, präsentiert im Schlusspitch. Hier treffen sich die beiden Hälften meiner Ausbildung: eine Marketingfrage, beantwortet mit einem Interface. Genau dorthin möchte ich weiter, tiefer in UI/UX und Produktdesign, und die Markenperspektive nehme ich mit.



Sagen Sie Hallo.

frederik@wollnik.ch ↗

+41 76 749 73 39

Raum Luzern, Schweiz