

Leseprobe

Christiani

seit 1931

Nicole Rechmann

Projekte für Mediengestalter

Übungen für einen erfolgreichen Abschluss



Dr.-Ing. Paul Christiani GmbH & Co. KG
www.christiani.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	2
Kapitel 1 Erste Fingerübungen	
Aufgabenübersicht Kapitel 1	10
1.01 Buchstabenanatomie	12
1.02 Farbwahrnehmung Plakat „Jahreszeiten“	14
1.03 Bildbeeinflussung durch die Berücksichtigung und Anwendung von Gestaltgesetzen	16
1.04 Scribble your day	19
1.05 Sportplakat Bewegung „40. Volkslauf“	20
1.06 Typografisches Plakat der VHS Meisterstadt „Antiaggressionstraining“	22
1.07 Ein optimierter Arbeitsplatz.....	24
1.08 Optimierung Zeitungsanzeige „Tag der offenen Tür“	26
1.09 Briefbogen nach DIN 5008:2019-04 „Justizvollzugsanstalt Meisterstadt“	28
1.10 Gestaltungsraster bzw. Satzspiegel anhand einer Vorlage erklären.....	29
1.11 Bedruckstoffe und Formate	30
1.12 Pflanzschild „Borretsch“	32
1.13 Schriftwahl für Wortmarken	34
1.14 Erstellung eines Briefmarkendesigns „Jahr der Geometrie“	36
1.15 Fotomontage „Aufhebung der Schwerkraft“	38
1.16 Erstellung eines Gestaltungsrasters für die Sportzeitschrift „Run On“ ..	40
1.17 Flattersatzausgleich	41
1.18 Aufspüren mikrotypografischer Fehler	42
1.19 Motivationsstempel „Grundschule“	43
1.20 Erste Schritte im Colormanagement am Arbeitsplatz	44
1.21 Satz Packungsbeilage Medizinprodukt „Bronchial“	46
1.22 Piktogrammentwicklung „Mongolisches Restaurant“	48
1.23 Logo und Geschäftspapiere „Lochfras“ und „Formbau“	50
1.24 Anzeigenserie Tierbund.....	52
1.25 Messepräsentation Testkaufagentur „Clientcheck“	54
1.26 Erstellung von PDF-Daten für Prüfungsaufgaben (Zwischenprüfung und Abschlussprüfung)	56
1.27 Web-Icon-Entwürfe „Druckhaus“	58
1.28 Logoentwurf „Museum Burg Lärchenhain“	60
1.29 Wegeleitsystem „Museum Burg Lärchenhain“	62
1.30 Erstellen einer Vorlage für Beschilderung Prüfinstitut „Chemische Wasser-Analytik“	64
1.31 Illustration Geschenkkarte „Sanitätshaus Stich“	66
1.32 Gestaltung Anfahrtsskizze „Kiebitzweide“	68
1.33 Takeaway-Display „Tee“	70
1.34 Textgliederung Jahreszeitung	72
1.35 Fotokorrektur „Miniatureffekt“	73

1.36	Projektplanung unter Umweltschutzaspekten	74
1.37	Organigrammerstellung „TiBu“	75
1.38	Fotografie nach Anweisung erstellen „Flukx Uhren“	76
1.39	Foto freistellen für Küchenkatalog	78
1.40	Fotomontage „Artgerechte Tierhaltung“	79

Kapitel 2 Vorbereitung Zwischenprüfung

Aufgabenübersicht Kapitel 2	82	
2.01	Erstellung eines Etiketts und eines Aufdrucks für einen Eierkarton und Fotoretusche	84
2.01b	Informationen „Eier-Code“	85
2.02	Hörbuch-Booklet Krimireihe Titel „Der letzte Fahrgast“	86
2.02b	Zusatzaufgabe Logodesign „Mittel Sound Verlag“	87
2.03	Verpackungsdesign „Spinat aus der Dose“	88
2.03b	Zusatzaufgabe Logoredesign „Kloster Hispanach“	89
2.04	Kursplan „Thai Bo“	90
2.04b	Zusatzaufgabe Icon „Thai Bo“	91
2.05	Pralinenschachtel „Weinpralinen“	92
2.05b	Zusatzaufgabe Logodesign „Weinpralinen“	93
2.06	Faltblatt „naturAnsichten“	94
2.06b	Zusatzaufgabe Logo „naturAnsichten“	95
2.07	Chipkartendesign „Universität Meisterstadt“	96

Kapitel 3 Fortgeschrittene Projekte

Aufgabenübersicht Kapitel 3	100	
3.01	Plakat „Europaschule“	102
3.02	Diagramm/Schematische Darstellung „Wasserverbrauch“	104
3.03	Scribble „Computermaus“	106
3.04	Englische Übungsaufgabe Werbeagentur „Lütte und Partner“	107
3.05	Zielgruppenanalyse Zeitschrift „Apothekeninfo“	108
3.06	Absatzmarkt- bzw. Bedarfs- und Konkurrenzanalyse „Kopfkino“	110
3.07	Farbklima festlegen	112
3.08	Allgemeiner Styleguide für „Geschäftspapiere“	114
3.09	Allgemeiner Styleguide für „Webseiten“	115
3.10	Aufbau und Vorlage Gestaltungskonzept	116
3.11	3-D-Grafik „Weinpralinen“	118
3.12	Zielgruppenanalyse Hundeschule und -hort „Villa Elbufer“	120
3.12b	Zusatzaufgabe Logoentwicklung	121
3.13	Werbestrategie Hundeschule und -hort „Villa Elbufer“	122
3.14	Urheberrechtsprüfung BildmaterialBürgerinitiative „Für eine saubere Stadt“	124
3.15	Werbebanner „Motolike“	126
3.16	Scribble Kaugummiwerbespot „Chew“	128
3.17	Programmoberfläche E-Card-Versand „Checker“	130

3.18 Webseitenentwurf „Kriminaldinner“	132
3.19 AIDA-Modell in Werbespots.....	134
3.20 Formularentwicklung „Superhandwerker“.....	135
3.21 Bildsprache „Weiser-Saat“	136

Kapitel 4 Vorbereitende Übungen zur Abschlussprüfung

Aufgabenübersicht Kapitel 4	140
4.01 Verpackung und Werbekonzept Duschgel „Duft der Kontinente“.....	142
4.02 Werbemaßnahmen Weinschorle „WeinGUT“	144
4.03 Werbekonzept Tauschbörse „Tauschklick“	146
4.04 Schild und Piktogramm „Künstlerweg“.....	148
4.05 Modemarke „HosenschLitz“	150
4.06 Erstellung einer Plakatreihe zur Müllproblematik in Deutschland.....	152
4.07 Erstellung einer Postkartenreihe zur Sicherheit von Fußgängern und Radfahrern in Deutschland	154
4.08 Aufklärungskampagne „Esst mehr Obst“	156
4.09 Gestaltung Spielzeugkatalog „Hamo“	158

Kapitel 5 Checklisten

5.01 Tipps zur Wahl von Schriften	162
5.02 Checkliste Schriftwahl und Beurteilung	163
5.03 Wirkung/Überprüfung einer Schrift im Mengensatz	165
5.04 Checkliste Analyse/Briefing	166
5.05 Checkliste Logobewertung/-kontrolle	168
5.06 Checkliste PräsentationSelbstkontrolle vor der Präsentation/ zur Vorbereitung	170
5.07 Checkliste Zeitplan/Arbeitsablauf/Planung	172
5.08 Checkliste Konzeption	173
5.09 Checkliste Zielgruppenanalyse	176

Kapitel 6 Bewertungsbogen und Lösungshilfen

6.01 Kurzbewertung (Kapitel 1)	180
6.02 Kurzbewertung (Kapitel 2)	182
6.03 Kurzbewertung (Kapitel 3)	184
6.04 Kurzbewertung (Kapitel 4)	186
6.05 Ausführliche Bewertung (Kapitel 4)	188
6.06 Kurzbewertungsbogen Konzeption (Kapitel 4)	190
6.07 Ausführliche Bewertung Konzeption (Kapitel 4)	191
6.08 Bewertungsbogen Präsentation I (Kurzbewertung)	192
6.09 Bewertungsbogen Präsentation II (Detailliertes Feedback)	194
6.10 Bewertungsbogen Präsentation III (Selbstbewertung)	196
6.11 Bewertungsbogen Typografie	197
6.12 Abgabebogen Kapitel 1–4	199

Kapitel 7 Lösungshilfen

Aufgabenschwerpunkte	202
Lösungshilfe Aufgabe 1.01 (Buchstabenanatomie).....	209

Lösungshilfe Aufgabe 1.03 (Bildbeeinflussung durch die Berücksichtigung und Anwendung von Gestaltgesetzen)	210
Lösungshilfe Aufgabe 1.07 (Ein optimierter Arbeitsplatz)	213
Lösungshilfe Aufgabe 1.09 (Briefbogen nach DIN 5008:2019-04 [Form A])	214
Lösungshilfe Aufgabe 1.10 (Gestaltungsraster bzw. Satzspiegel anhand einer Vorlage erklären)	216
Lösungshilfe Aufgabe 1.11 (Bedruckstoffe und Formate)	217
Lösungshilfe Aufgabe 1.18 (Aufspüren mikrotypografischer Fehler)	218
Lösungshilfe Aufgabe 1.26 (Erstellung von PDF-Daten für Prüfungsaufgaben [Zwischenprüfung und Abschlussprüfung])	221
Lösungshilfe Aufgabe 1.35 (Fotokorrektur „Miniatureffekt“)	223
Lösungshilfe Aufgabe 1.36 (Projektplanung unter Umweltschutzaspekten) ..	224
Lösungshilfe Aufgabe 3.04 (Englische Übungsaufgabe Werbeagentur „Lütte und Partner“)	226
Lösungshilfe Aufgabe 3.14 (Urheberrechtsprüfung Bildmaterial Bürgerinitiative „Für eine saubere Stadt“)	227
Kapitel 8 Sonstiges	
Linkliste	232
Fotonachweise	234
Fotonachweise	236
Index	238
Abkürzungen	243

1.23

Logo und Geschäftspapiere „Lochfras“ und „Formbau“



Abgabe

Print

- > Präsentationskarton in DIN A4, Logodarstellung farbig und schwarz-weiß je mit einer Höhe von 9 mm und 40 mm
- > Ein Ausdruck der Geschäftspapiere in Originalgröße
- > Styleguide mit mindestens 10 Seiten

Digital

- > Jedes Logo farbig und schwarz-weiß als EPS (vektoriert), TIFF (LZW-komprimiert, 300 dpi, CMYK), JPG (72 dpi, RGB)

Vorgegebene Hilfsmittel

- > 1.23_text_Lochfras_Formbau.txt

Notwendige Kenntnisse

Zum Lösen dieser Aufgabe ist es notwendig, in einem vektorbasierten Grafikprogramm Symbole zu erstellen. Deshalb sind Programmkenntnisse sowie Kenntnisse des Einsatzes von Farben und Grafikstilen erforderlich. Zudem erweist sich der Einsatz der „Checkliste Logobewertung/-kontrolle“ auf Seite 168 als nützlich.

Briefing

Frank Salzheim, Inhaber zweier unabhängig voneinander agierender Unternehmen, welche ihre Produkte ausschließlich im Direktvertrieb online anbieten, beauftragt die Entwicklung von Logos und Geschäftspapieren für beide Unternehmen.

Bei der ersten Firma „Lochfras“ handelt es sich um eine Firma aus dem Bereich Maschinenbau, die CNC-Fräsen und Vakuumschneidmaschinen herstellt. „Lochfras“ bietet diese Maschinen zu besonders günstigen Konditionen an, sodass sie auch für Privatleute interessant sind.

Die zweite Firma „Formbau“ vertreibt Modellbausätze von Segelflugzeugen, die mit einer CNC-Maschine der Firma „Lochfras“ hergestellt werden. Diese Modellbausätze sind voll funktionsfähig, d. h., sie sind flugfähig und verfügen über Spannweiten von bis zu drei Metern.

Die zu entwickelnden Logos müssen zwei Anforderungen erfüllen: Einerseits müssen die Logos die Unabhängigkeit der Firmen demonstrieren, andererseits soll für den Außenstehenden die Verbundenheit der Firmen erkennbar sein. Zudem müssen sich die Logos für den Einsatz im Rahmen eines Webshops sowie für Geschäftspapiere (Briefbogen und Visitenkarten) eignen.

Des Weiteren fordert der Inhaber der Firmen, dass sowohl das Logo als auch die Gestaltung der Geschäftspapiere das Image der Firmen widerspiegeln: Beide Firmen gelten als modern, kreativ sowie innovativ und die Technik, welche angeboten wird, befindet sich immer auf dem neuesten Stand.

Die Zielgruppe der Webshops besteht überwiegend aus männlichen Bastlern und Heimwerkern.

Zeitraumen: 16 h
Schwierigkeit: **

Aufgabe

Für jedes der Unternehmen – „Lochfras“ (CNC-Fräsen, Frank Salzheim) und „Formbau“ (Modellbautechnik, Frank Salzheim) – sind ein Logo sowie Geschäftspapiere (Briefbogen, Zweitbogen und Visitenkarten) zu entwickeln. Diese sind in einem Styleguide zu erklären. Um die Ideenfindung zu erleichtern sollen für diese Aufgabe zwei Kreativtechniken angewandt werden. Die erste Technik ist die Moodboard-Technik. Hierbei werden in einer Art Collage Fotos, Bilder, Materialien und Farbharmonien eventuell auch Texte auf einen großen Karton aufgebracht, um die „Atmosphäre“ des Betriebs und des Themas einzufangen und sich hiermit vertraut zu machen. Im nächsten Schritt wird eine Morphologische Matrix angefertigt. Diese hilft die zuvor gesammelten Eindrücke in konkrete Ideen zu verwandeln. Anhand einer Tabelle können hierbei Ideen für Schrifttypen und grafische Zeichen als Scribble gesammelt werden.

Beide Logos sollen sich für den Einsatz auf der Webseite sowie in Geschäftspapieren eignen.

Das Design soll präsentationsreif auf einen Präsentationskarton gezogen und entsprechend vorbereitet werden.

Technische Vorgaben

Logoentwurf in einem Vektorprogramm

Logohöhe: 40 mm

Brief- und Faxbogen: DIN A4

Visitenkarte: 55 x 85 mm

Styleguide: mindestens 10 Seiten

Besonderheiten bei dieser Aufgabe

Der Fokus bei dieser Aufgabe liegt darauf, zwei unterschiedliche Logos zu entwerfen, die eine klare Zusammengehörigkeit demonstrieren und sowohl in digitalen als auch in Printmedien gleichermaßen optisch und technisch nach festen Stylevorgaben eingesetzt werden können. Informationen zu CNC-Fräsmaschinen und Segelflugmodellbausätzen stehen im Briefing nicht zur Verfügung und müssen selbstständig recherchiert werden, damit die Gestaltung sich immer an dem neusten Stand der Technik orientieren kann.

Logohöhe 40 mm

Briefbogen
DIN A4

Visitenkarte
55 x 85 mm

Ein Präsentationskarton sollte immer in einem neutralen Grauton gehalten sein, damit die dargestellten Logofarben nicht durch den Quantitätskontrast beeinflusst bzw. verfälscht werden.



1.24

Anzeigenserie Tierbund



Abgabe

Print

- > Ausdruck der Anzeigen in Originalgröße

Digital

- > PDF-Datei als Druckdatei für den Offsetdruck unter Berücksichtigung aller wichtigen Merkmale
- > PDF-Standard: PDF/X-4:2008

Vorgegebene Hilfsmittel

- > 1.24_text_tibu.txt

Notwendige Kenntnisse

Perspektive als gestalterisches Element ist der Schlüssel zur Lösung dieser Aufgabe. Deshalb sind Kenntnisse über den Einfluss perspektivischer Betrachtung auf die Wahrnehmung von Medien notwendig. Zudem sind Kenntnisse in der Anwendung eines Vektorprogramms sowie erste illustrative Fähigkeiten erforderlich.

Briefing

Der Tierschutzbund „Tibu“ möchte mit einer Anzeigenserie auf vom Menschen verursachte Gefahren für Tiere aufmerksam machen. Die Anzeigenserie soll aus drei aufeinanderfolgenden Anzeigen bestehen, welche im Abstand von zwei Doppelseiten abgedruckt werden. Platziert wird die Serie in einem Hochglanz-Modemagazin.

Ziel der Anzeigenserie ist es, die Hilflosigkeit von Tieren in verschiedenen Situationen aufzuzeigen, den Blickwinkel des Betrachters und seine Einstellung zu beeinflussen sowie eine Verhaltensänderung zu bewirken.

Als Stilmittel für diese Anzeigen werden drei verschiedene perspektivische Sichten auf ein Tier eingesetzt. Dies ermöglicht es, unterschiedliche Eindrücke beim Betrachter auszulösen und die „Gefühle“ des Tiers zu vermitteln.

Zielgruppe

Da es sich bei dem Magazin um ein Modemagazin handelt, werden größtenteils Frauen angesprochen. Die Leserschaft bewegt sich in einem Alter zwischen 18 und 35 Jahren.

Zeitraumen: 8 h
Schwierigkeit: **

Aufgabe

Ein aus drei Perspektiven (Augenhöhe, Vogelperspektive und Froschperspektive) betrachteter Frosch ist als Illustration zu erstellen. Jede dieser erstellten Grafiken ist als ein Anzeigenmotiv der Reihe geplant. Es sind die Texte aus „1.24_text_tibu.txt“ zu verwenden.

Bei der Erstellung der Illustrationen ist insbesondere darauf zu achten, dass durch die unterschiedlichen Perspektiven die Aussage unterstützt wird. Impliziert eine Perspektive eine Bedrohung des Froschs, so muss die Illustration dies aufgreifen. Gleiches gilt, wenn die Perspektive vermuten lässt, dass sich der Frosch eher sicher fühlt. Im Ganzen betrachtet, soll die Reihe eine Steigerung der Bedrohung des Froschs ausdrücken.

Alle drei Grafiken sind modern zu gestalten. Dabei ist darauf zu achten, dass die Darstellung nicht komisch oder humorvoll wirkt, sondern der Aussage entsprechend gezeichnet ist und auch ohne Worte funktioniert.

Technische Vorgaben

Anzeigenformat: 140 mm x 200 mm (Hochformat)

Satzspiegel: 124 mm x 184 mm

ICC-Profil: PSO coated v3

Ziel der Aufgabe

Ziel der Aufgabe ist es, zu erkennen, wie stark die Perspektive einer Darstellung die Werbeaussage hervorheben kann.

140 x 200 mm

2.04

Kursplan „Thai Bo“



Abgabe 2.04

Print

> Kursplan in Originalgröße

Digital

> Eine druckfähige Datei

Vorgegebene Hilfsmittel

- > 2.04_text_thaibo.txt
- > 2.04_foto1_thaibo.jpg
- > 2.04_foto2_thaibo.jpg
- > 2.04_foto3_thaibo.jpg
- > 2.04_foto4_thaibo.jpg

Notwendige Kenntnisse

Zum Lösen dieser Aufgabe ist es notwendig, in einem Satzprogramm mit Tabellen, Texten und Grafiken umgehen zu können. In dieser Aufgabe wird mit Stilvorlagen gearbeitet, um mit wenig Aufwand auf mögliche Korrekturen reagieren zu können. Programmkenntnisse sowie Kenntnisse zur Wirkung von Farben und deren gezielter Einsatz sind hilfreich.

Briefing

Der „Renner“ der Kampfsportschule „Sports Power“ ist die Trendsportart „Thai Bo“. Ursprünglich wurde sie von einem US-Karatemeister entwickelt und ist auch in Deutschland seit dem Jahr 2000 bekannt. Anerkannte deutsche Trainer lassen sich in Amerika zum „Thai Bo Instructor“ ausbilden.

Bei „Thai Bo“ handelt es sich um einen Mix aus Aerobic, Tanz, Kickboxen und asiatischen Kampfsporttechniken, allerdings ohne Körperkontakt.

Neben dem „Thai-Bo“-Training wird auch „Thai-Kickboxen“ bei „Sports Power“ angeboten. Dieses Angebot von „Sports Power“ richtet sich an sportlich motivierte Menschen aller Altersklassen. Für die unterschiedlichen Altersgruppen gibt es spezielle Trainingszeiten, z. B. für Kids, ältere Generationen, Anfänger und Fortgeschrittene.

Aufgabe

Da „Thai Bo“ bei „Sports Power“ sehr gefragt ist, muss ein neuer, übersichtlicher Kursplan entwickelt werden. Alle Texte aus „2.04_text_thaibo.txt“ sind zu verwenden. Das Format entspricht DIN A3 und sollte für Aushänge (in den eigenen Räumlichkeiten) geeignet sein.

Wichtig für den Plan ist, dass alle Informationen übersichtlich angeordnet werden und der Kursplan eine eigene Werbewirkung ausstrahlt.

Besonderheiten bei dieser Aufgabe

Da sich die Zielgruppe über Senioren und Berufstätige bis hin zu Kindern erstreckt, ist es notwendig, den Kursplan möglichst ansprechend für alle Gruppen zu gestalten. Zudem ist die Konkurrenz im Bereich Trendsportarten sehr groß, weshalb der Plan gleichzeitig eine hohe Werbewirkung haben sollte.

Zeitraumen: 6 h
Schwierigkeit: **

2.04b Zusatzaufgabe Icon „Thai Bo“

Notwendige Kenntnisse

Zum Lösen dieser Aufgabe ist es erforderlich, in einem Vektorprogramm mit Zeichenwerkzeugen umgehen zu können.

Aufgabe

Für den Kursplan der Kampfsportschule „Sports Power“ wird ein Icon benötigt, für das in einem Vektorprogramm als Schattenriss eine Person anhand des Fotos „2.04_foto5_logo_thaibo.jpg“ nachzuzeichnen ist. Die Konturen der Person sind exakt nachzuempfinden, wobei im Icon auf den hängenden Gürtel verzichtet und der linke Fuß ergänzt werden muss.

Herausforderung bei dieser Aufgabe

Eine reale Figur exakt nachzuzeichnen und das Bild um Bereiche zu ergänzen, die nicht vorhanden sind, ist der Schwerpunkt bei dieser Aufgabe.

DIN A4/DIN A2

Abgabe 2.04b

Print

> Icon Höhe: 150 mm

Digital

> Vektordatei, in der Icon und Foto überlagernd auf verschiedenen Ebenen und in einer Icon-Höhe vom 150 mm liegen

Vorgegebene Hilfsmittel

> 2.04_foto5_logo_thaibo.jpg



2.05

Pralinenschachtel „Weinpralinen“



Abgabe 2.05

Print und Digital

- > Farbausdrucke im beschnittenen Endformat
- > Farbseparierte Auszüge mit Farbbezeichnungen und den üblichen Hilfszeichen
- > Angaben zu der verwendeten Hard- und Software
- > Datenpaket mit allen erstellten Dateien und einer belichtungsfähigen PDF-Datei
- > Handmuster der Schachtel

Vorgegebene Hilfsmittel

- > 2.05_text_weinpralinen.txt
- > 2.05_vorlage_weinpralinen.pdf
- > Fotos aus dem Ordner 2.05/Bilder

Notwendige Kenntnisse

Zur Bearbeitung dieser Aufgabe sind Kenntnisse in einem Satzprogramm notwendig. Zudem muss ein Medium passend zur Zielgruppe und dem Produkt eine harmonische Farbkombination entwickelt werden. Alle im Kapitel 1 erlernten Fähigkeiten wie die Anwendung von Gestaltungsgesetzen, Farbwirkung und Wahrnehmung sind zu berücksichtigen.

Briefing

Das „Gut Weinheim“ ist nicht nur für seine ausgezeichneten Weine bekannt, sondern auch für die auf dem Gut ansässige Pralinenmanufaktur „Vince & Hude“. Beide Produkte werden seit 120 Jahren auf dem Gut hergestellt.

Die Spezialität der Chocolatiers der Pralinenmanufaktur sind ausgefallene Weinpralinen mit sehr fruchtigem Geschmack. Die Weine zur Herstellung der Pralinen stammen vom Weingut selbst. Gefüllt sind diese Pralinen mit Weincremes sowie gelierten aber auch flüssigen Weinen.

Zur anstehenden 120-Jahr-Feier soll ein Weinfest auf dem Gut ausgerichtet werden, das Anlass zum Rückblick auf die ereignisreiche Geschichte des Weinguts gibt. Eines dieser Ereignisse, das die Familien Vince und Hude seit jeher als besonders prägend empfinden, war die erste Auslieferung von Weinen und Pralinen vor 120 Jahren. Damals zog ein ganz besonderes Pferd den Wagen, der mit den ersten Weinen und Pralinen bepackt war. Dieses Pferd hat dem Gut 44 Jahre lang treue Dienste erwiesen und ist in einem für ein Pferd erstaunlich hohen Alter von 46 Jahren gestorben.

Im Rahmen der 120-Jahr-Feier sollen neben den ausgezeichneten Weinen auch die traditionsreichen Weinpralinen besonders präsentiert werden.

Aufgabe

Zur Präsentation der Weinpralinen soll eine Pralinen-schachtel entstehen. Für diese ist ein Design, insbesondere für den Deckel und den Boden, zu gestalten.

Die Gestaltung muss einerseits zur 120-Jahr-Feier passen, aber andererseits auch die lange Tradition der Weinpralinenherstellung widerspiegeln. Deshalb soll die Pralinen-schachtel das Konterfei eines Pferdes als Signet tragen.

Zeitraumen: 6 h
Schwierigkeit: **

Prinzipiell kann das Design der Pralinenschachtel modern oder auch traditionell gehalten sein. Alle Texte aus „2.05_text_weinpralinen.txt“ sind zu verwenden; die Fotos aus dem Ordner 2.05/Bilder können verwendet sowie um eigene Fotografien und Grafiken ergänzt werden.

Als Vorlage für die Schachtel ist die Datei „2.05_vorlage_weinpralinen.pdf“ zu verwenden. Das Außenmaß (Schachtelboden) beträgt 160 x 160 mm.

2.05b Zusatzaufgabe Logodesign „Weinpralinen“

Notwendige Kenntnisse

Um eine Logo-Vorlage zu erstellen, ist es notwendig, in einem geeigneten Programm eine Vektorvorlage zu entwickeln. Programmkenntnisse sowie Kenntnisse über den Einsatz von Farben, Illustrationen und Gestaltungsgesetzen sind erforderlich.

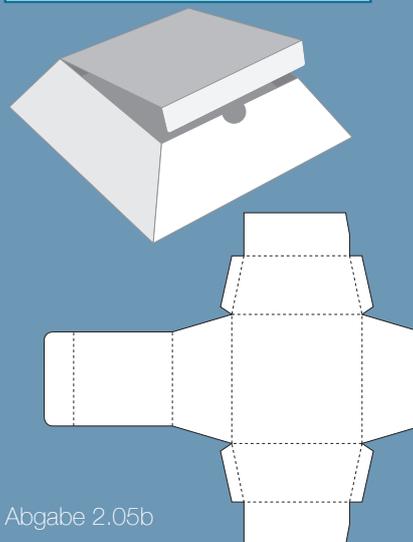
Briefing

Die Weinpralinenmanufaktur „Gut Weinheim“, für die die Chocolatiers „Vince & Hude“ ausgefallene Weinpralinen entwickeln, benötigt ein neues Logo, das sowohl die Chocolatiers als auch das Gut berücksichtigt. Das Zugpferd „Laurencius“ ist schon seit 75 Jahren als Wahrzeichen des Guts bekannt. Die Fotografie „2.05_foto1_logo_weinpralinen.jpg“ zeigt das Pferd (im Hintergrund). Weitere Informationen sind der Aufgabe 2.05 zu entnehmen.

Aufgabe

Aus der Fotografie „2.05_foto1_logo_weinpralinen.jpg“ soll der Kopf des Pferds im Hintergrund nachgezeichnet und für ein Logo des Guts verwendet werden. Sowohl der Name des Guts als auch der der Chocolatiers sollen Verwendung finden. Insgesamt wird eine Wort-Bildmarke entwickelt, die eine Harmonie zwischen Grafik und Text bildet. Hierfür muss eine passende Farbgebung und eine stimmige Schrift gefunden werden. Für die Zeichnung ist darauf zu achten, dass der Pferdekopf sehr genau nachgezeichnet wird, fehlende Teile hinzugefügt und überflüssige Punkte entfernt werden. Auge, Mähne und Trense sind anzudeuten.

Format siehe Schachtelvorlage



Abgabe 2.05b

Print

- > Ein Ausdruck des Logos auf DIN A4, auf dem es farbig und schwarz-weiß dargestellt ist, Breite 60 mm
- > Ausdruck des nachgezeichneten Pferdekopfs

Digital

- > Eine Logo-PDF-Datei mit 140 mm Höhe
- > PDF-Datei, die das Originalfoto und das nachgezeichnete Pferd zeigt

Vorgegebene Hilfsmittel

- > 2.05_foto1_logo_weinpralinen.jpg



3.08

Allgemeiner Styleguide für „Geschäftspapiere“

Zeitraumen: 10 h
Schwierigkeit: *



Abgabe

Print

- > Zur Bewertung ist ein farbiger Ausdruck des Styleguides abzugeben
- > Das Format ist frei wählbar

Vorgegebene Hilfsmittel

- > „Checkliste Konzeption“ auf Seite 173

Notwendige Kenntnisse

Wenn ein Kunde ein Logo wünscht, dann geht dies meist einher mit der Neugestaltung der Geschäftsausstattung. Damit diese ein einheitliches Aussehen bekommt und der Kunde die Grundsätze nachvollziehen und professionell anwenden kann, ist es notwendig, in einem Styleguide grundlegende Regeln und Tipps festzuhalten. Um diese Aufgabe lösen zu können, müssen die typischen Bestandteile und notwendigen Informationen einer Geschäftsausstattung recherchiert werden.

Briefing

Um den Styleguide nicht immer wieder neu erfinden zu müssen und um Zeit zu sparen, soll eine Vorlage entwickelt werden. Die Vorlage ist in einem professionellen Satzprogramm zu erstellen und zu gestalten, sie sollte aber flexibel handhabbar und an reale Projekte anpassbar sein. Es ist mit Musterseiten und Absatzformaten zu arbeiten.

Ein Styleguide sollte entsprechend der Aufgabe oder Kundenanforderung gestaltet werden. Das bedeutet, dass das Design dem der Geschäftspapiere des Kunden angepasst sein sollte. Als Beispiel für diesen Styleguide können die erstellten Dateien aus 2.02b oder 2.05b bzw. 2.06b verwendet werden.

Aufgabe

Es ist eine Styleguide-Vorlage mit folgenden Elementen zu entwickeln. Dabei sind die unten stehenden Inhalte als Anregung zu sehen und müssen durch eigene ergänzt werden.

- Einleitung, Inhalt
- Logo
- Farbgebung
- Typografie
- Briefbogen, mit Zweitblatt und Faxbogen
- Rechnungsblatt (inkl. Abbildung eines Gestaltungsrasters)
- Briefumschlag
- Kurzmitteilung, Complimentcard
- Visitenkarte

Zu allen Punkten sind Vermaßungen, Schrift- und Farbvorgaben zu berücksichtigen. Diese sind mit Grafiken zu untermauern. In manchen Fällen ist ein Vorschlag für einen Bedruckstoff vonnöten. Es können zusätzlich Scribbles mit aufgenommen werden.

Allgemeiner Styleguide für „Webseiten“

Zeitraumen: 10 h
Schwierigkeit: *

3.09

Notwendige Kenntnisse

Für den Entwurf einer Webseite sind viele technische und gestalterische Informationen zu berücksichtigen. Spätestens wenn Programmierer und Gestalter zwei unterschiedliche Personen sind, ist es notwendig genaue Gestaltungsrichtlinien niederzuschreiben. Damit diese Gestaltungsrichtlinien eindeutig und umfangreich genug sind, um den Auftrag durchführen zu können, sind detaillierte Angaben notwendig, die zu recherchieren sind.

Briefing

Für Webseiten soll eine Styleguide-Vorlage in einem professionellen Satzprogramm entwickelt werden. Diese muss für unterschiedliche Aufträge flexibel handhabbar und anpassbar sein, dabei sind die Gestaltungsrichtlinien übersichtlich und verständlich zu gestalten. Aus diesem Grund muss die Vorlage möglichst flexibel und mit Absatz- und Objektformaten versehen sein. (Beispielhaft kann die Webseite aus Aufgabe 3.18 „Webseitenentwurf „Kriminaldinner““ auf Seite 132 verwendet werden.)

Aufgabe

Es ist ein Styleguide, der die folgenden, beispielhaft aufgelisteten Elemente berücksichtigt, zu erstellen. Bei Bedarf ist er durch eigene Punkte zu ergänzen.

- Einleitung und Inhaltsverzeichnis
- Logo-Verwendung
- Farbgebung/Farbschema (RGB)
- Layout/Webseitenbestandteile/Seiteneinteilung/Gestaltungsraster
- Typografie (Titel- und Textformate, Farben und Auszeichnungen für Hyperlinks)
- Gestaltung von Links bzw. der Navigation (aktiv, passiv, rollover)
- Beiträge (Artikel/Content, Aufzählungen, Zitate, Tabellen, Listen, Formulare, Fehlermeldungen)
- Ikonografie, Bildsprache/Fotostil
- Video- und Musikwiedergabe (Einsatz von HTML5)
- Code (HTML5 und Cascading Style Sheets nach W3C-Vorgaben), Sicherstellung der Machbarkeit
- Navigationsstruktur (Navigationsebenen, Breadcrumbs ...)

Das Seitenformat für das Konzept kann frei gewählt werden, sollte den Inhalt aber optimal hervorheben.



Abgabe

Print

- > Es ist ein farbiger Ausdruck des Styleguides abzugeben, in dem die Reihenfolge der links stehenden Elemente sinnvoll anzupassen ist.
- > Vermaßungen, Schrift- und Farbvorgaben sind zu berücksichtigen und mit Grafiken zu untermauern

Vorgegebene Hilfsmittel

- > „Checkliste Konzeption“ auf Seite 173

3.10

Aufbau und Vorlage Gestaltungskonzept



Abgabe

Digital

- > Satzdatei, die alle wichtigen Punkte eines Gestaltungskonzepts enthält

Vorgegebene Hilfsmittel

- > „Checkliste Konzeption“ auf Seite 173

Notwendige Kenntnisse

Vorbereitend sollten die notwendigen Bestandteile eines Gestaltungskonzepts recherchiert werden. Hilfreich ist auch, sich mit der „Checkliste Konzeption“ auf Seite 173 auseinanderzusetzen. Zudem müssen fundierte Kenntnisse in einem professionellen Satzprogrammen vorliegen und ein sicherer Umgang mit Absatz-, Zeichen-, Tabellen- und Objektformaten gewährleistet sein.

Briefing

Nicht jedes Gestaltungskonzept muss komplett neu aufgebaut werden. Deshalb ist es oft hilfreich, eine Art Grundgerüst vorliegen zu haben, wenn für Projekte ein Konzept entwickelt werden muss. Dieses Grundgerüst kann den Bedürfnissen des Auftrags individuell angepasst werden. Die „Checkliste Konzeption“ auf Seite 173 bietet Anhaltspunkte für die inhaltliche Ausgestaltung eines Konzepts.

Aufgabe

Es soll ein Grundgerüst für ein in Abschlussprüfungen anzuwendendes Konzept entwickelt werden, das alle wichtigen Bestandteile enthält. Der grobe Aufbau beinhaltet Cover, Inhaltsverzeichnis, Einleitung, konzeptionelle Ausarbeitung, Fazit, Quellen, technische Informationen, Kontakt.

Als hilfreich hat sich erwiesen, häufig verwendete Medien bei der Erstellung der Konzeptvorlage für Printmedien zu berücksichtigen, wie z.B. Logos, Geschäftspapiere, Plakate, Faltblätter, Flyer, Anzeigen aber auch Ideen für Onlinemedien und eine SocialMedia-Strategie.

Für ein Konzept müssen, wie bei jedem anderen Medium auch, immer ein ansprechendes Format, Gestaltungsraster und Satzspiegel gefunden werden. Für spätere Prüfungsaufgaben, Projekte und Kundenaufträge kann das Konzept individuell angepasst, also passend zum Auftrag gestaltet werden. Für Abschlussprüfungen werden häufig zusätzliche, nicht in der Aufgabe erwähnte Medien erwartet. Dabei handelt es sich um kreative, eigenständig dem Thema zugeordnete Werbemedien oder Merchandiseartikel.

Zeitraumen: 4 h
Schwierigkeit: **

Ergebnis

Das Ergebnis ist eine umfangreiche, ausführliche, mehrseitige Datei, die in einem professionellen Satzprogramm erstellt wurde, viel Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bietet und Musterseiten sowie Objekt- und Absatzformate berücksichtigt.

Herausforderung/Ziel der Aufgabe

Ziel der Vorbereitung des Konzepts ist eindeutig eine Zeitersparnis für Aufträge und Übungen. So muss nicht jedes Mal das Rad neu erfunden werden, wenn es sich einmal bewährt hat. Zudem ist es hilfreich, in stressigen oder aufregenden Situationen (z. B. Prüfungssituationen) einen roten Faden zu haben, an dem man sich entlanghangeln kann.

Die besondere Schwierigkeit bei der Lösung dieser Aufgabe liegt darin, dass Konzepte je nach Thema der Aufgabe sehr unterschiedlich sein werden und eine allgemeingültige Vorlage gefunden werden muss, die für möglichst viele Bereiche passend ist. Das Design muss flexibel gehalten sein und es müssen Absatz-, Zeichen-, Tabellen- und Objektformate hinterlegt sein, um bei der Anpassung an ein neues Design eine Arbeitserleichterung zu erreichen.

Format frei wählbar