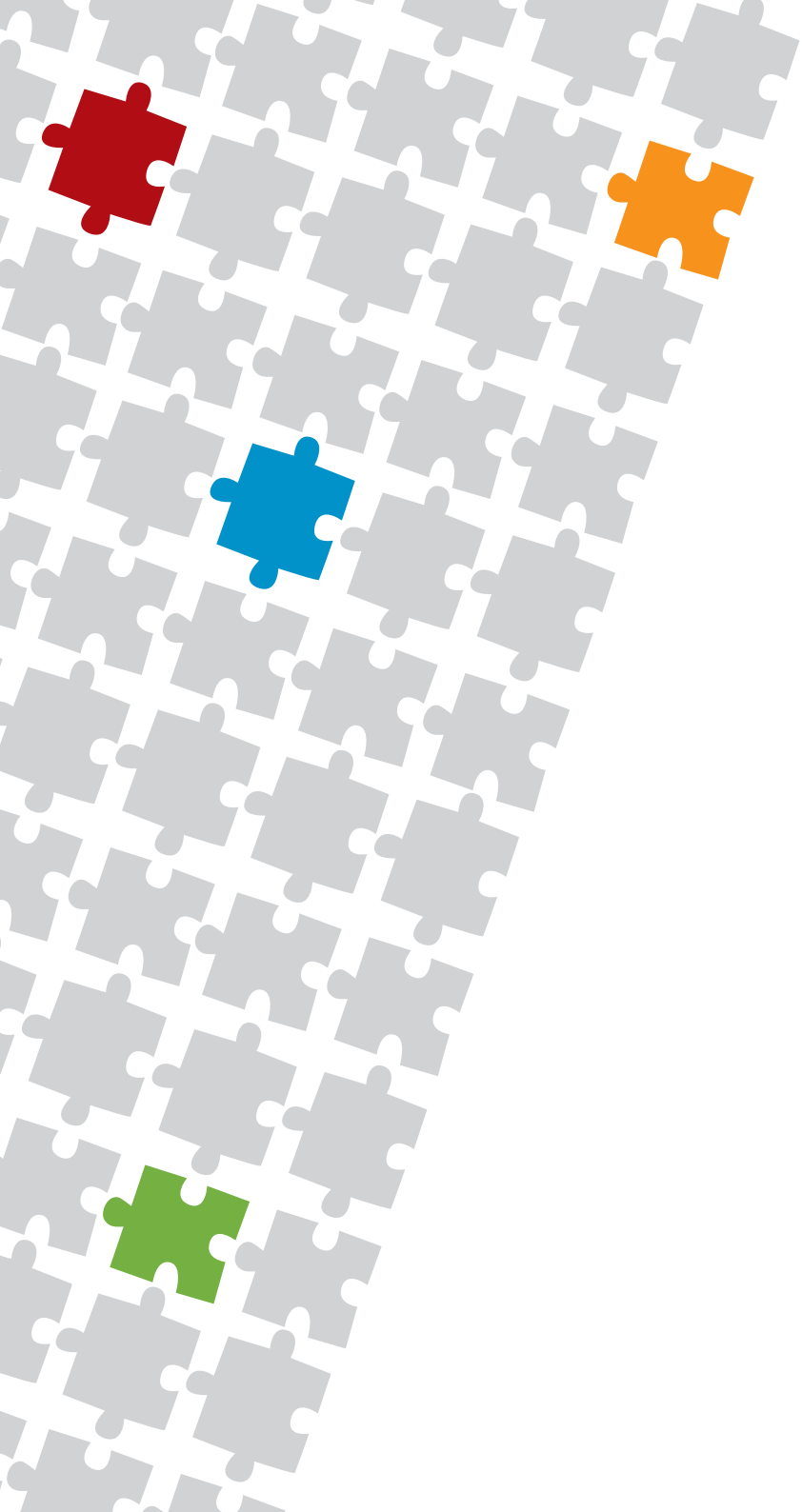


Dokumentation

Anschlussprüfung,
Sommer 2014

Mediengestalter Digital-/Printmedien
für Gestaltung und Technik,
Fachrichtung Print

Lisa Baier, 741
3MT4, Johannes Guttenberg Schule Stuttgart

Carl Zeiss AG, SBI-BK
Carl-Zeiss-Straße 22
73446 Oberkochen

Inhalte

Briefing
- Aufgabenstellung
- Problemstellung
- Marketingziele
- Zielgruppenanalyse

Gestaltung
- Lösungskonzept
- Scribbles
- Aufbau und Gestaltungsraster
- Farben

Typografie
- Schriften
- Lesbarkeit

Bilder
- Bildauswahl/ausschnitte
- Bildanordnung
- Bildbearbeitung

Grafisches Zeichen

Arbeitsplanung

Sonstiges
- Verwendete Hardware
- Betriebssystem
- Verwendete Software

Serviceflyer
Die Jugend-Hilfe-Station

Serviceflyer
Die mobilen Helfer

Serviceflyer
Die Beratungsstelle für Erwerbslose

Briefing

Aufgabenstellung
Der Verein impulse e.V. hat 27 Serviceleistungen, welche er anbietet. Es sollen Infoflyer für drei dieser Serviceleistungen erstellt werden.
- Die Jugend-Hilfe-Station
- Die Beratungsstelle für Erwerbslose
- Die mobilen Helfer

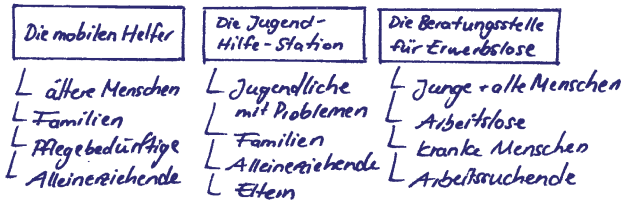
Inhalte, die auf jedem Flyer zu platzieren sind:
- Dachmarke „impulse e.V." (Logo)
- Claim: „Die Unterstützer"
- Titel der Serviceleistung
- Beschreibung der Serviceleistung
- Ansprechpartner/in (evtl. mit Bild), Kontaktdaten
- Standort(e)
- Kooperationspartner/Unterstützer

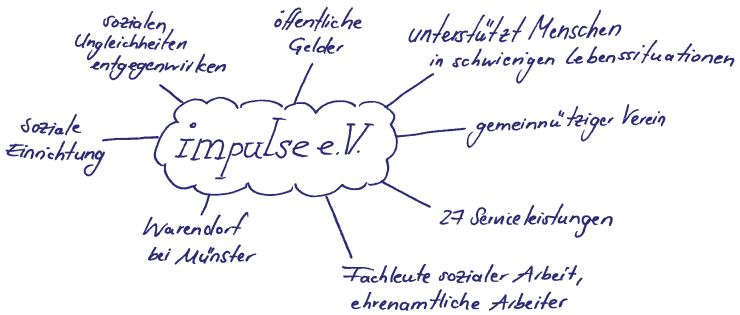
technische Vorgaben:
- Offenes Format: DIN A4
- Geschlossenes Endformat: 99x210 mm (Hochformat)
- Falzart: Zickzack (Leporello)
- Druck: 4/4-fbg. Im Offsetdruck nach ISO 12647-2 (ProzessStandard Offsetdruck)

Problemstellung
Die Flyer sollen einen Seriencharakter aufweisen, welcher durch Raumaufteilung, Farbe, Schrift, Bildverwendung und grafische Elemente erkennbar werden soll. Eine spezifische Zielgruppenansprache für die einzelnen Serviceleistungen soll nicht im Vordergrund der Gestaltung stehen. Die Dachmarke „impulse e.V." soll die gemeinsame übergeordnete visuelle Klammer sein.

Marketingziele
Die Zielgruppe soll durch eine positive Wirkung der Flyer angesprochen und informiert werden. Sie sollen ihre Angst verlieren und überzeugt werden, Hilfe anzunehmen.

Zielgruppenanalyse
Da die Zielgruppe durch die verschiedenen Serviceleistungen sehr breit gefächert ist, ist es wichtig ein Layout zu verwenden, welches alle Altersklassen anspricht.





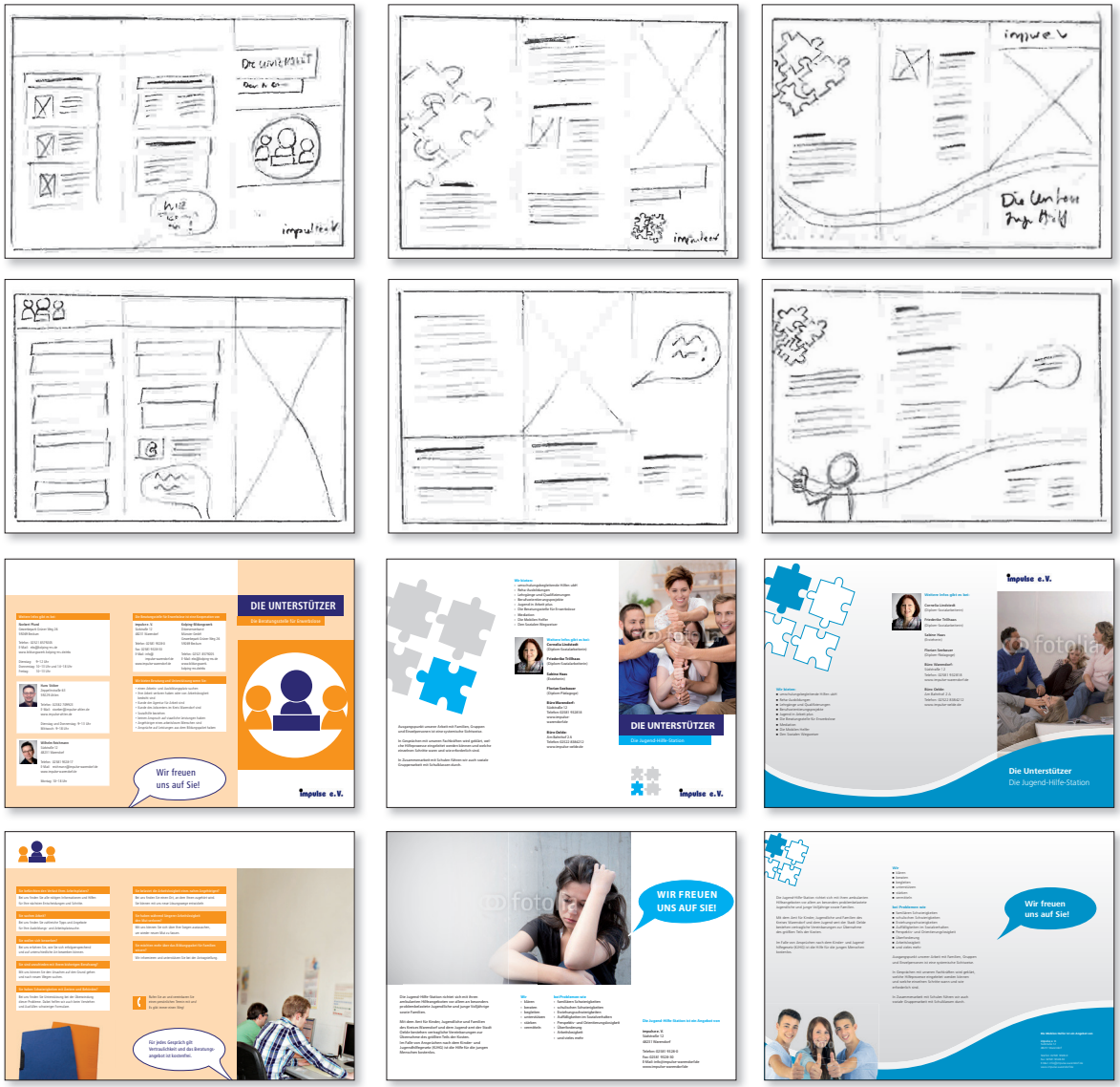
Gestaltung

Lösungskonzept
Zu Beginn werden verschiedene Entwürfe gestaltet, welche zusammen zu einem neuen Entwurf zusammengestellt werden.

Beim ersten Entwurf haben alle Serviceflyer die selben Farbe. Als variables Element dient hier nur das Piktogramm auf der Titelseite. Dieses wirkt jedoch zu technisch und der Flyer wirkt leblos.

Beim zweiten Entwurf ist das das Puzzle als grafisches Zeichen der Eyecatcher. Die Farbe des Logos und der Dachmarke wird auf den Innenseiten jedoch nicht aufgegriffen und der Zusammenhang ist nicht klar erkennbar.

Beim dritten Entwurf wird zusätzlich zum Puzzle noch eine Welle als Element eingefügt. Die Inhalte auf den Innenseiten wirken hier verloren und die gefüllte Fläche in der Welle wirkt zu dominant. Die Farbe der Dachmarke geht auch hier unter.

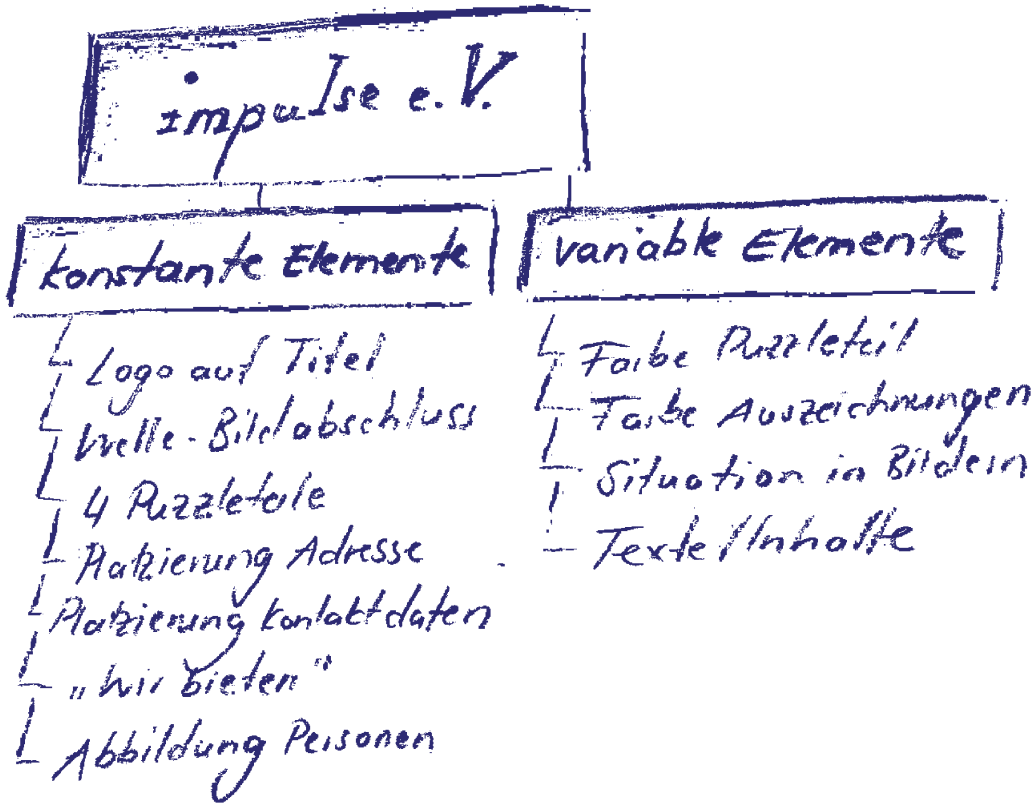


erster Entwurf | zweiter Entwurf | dritter Entwurf

Gestaltung

Lösungskonzept
Die Idee für den finalen Entwurf:
Ziel ist es ein einheitliches Layout zu entwerfen, in welches die verschiedenen Texte aller Serviceleistungen problemlos eingefügt werden können. Die Serviceleistungen sollen jedoch als einzelne erkennbar sein und sich durch eine Schmuckfarbe, sowie die Bildauswahl unterscheiden. Aufgrund des unpassenden Bildmaterials werden Bilder mit Bezug zur jeweiligen Serviceleistung aus Fotolia verwendet und zusätzlich wird ein grafisches Zeichen erstellt. Eine Welle schließt die platzierten Bilder ab und sorgt für eine optische Trennung, sowie für Ordnung im Aufbau des Flyers. Außerdem steht die Welle im Zusammenhang mit der Dachmarke „impulse e.V." für Bewegung und Fortschritt. Die Welle soll symbolisch dafür stehen, dass es im Leben immer einmal schwierige Abschnitte gibt (Tiefpunkte), aber auch Möglichkeiten aus diesen herauszukommen. Sie endet immer in einem Hoch, welches bei dem Rezipienten eine positive Stimmung erzeugen soll. Die Welle zieht sich durch alle Infoflyer durch und verdeutlicht so den Zusammenhang zur Dachmarke.

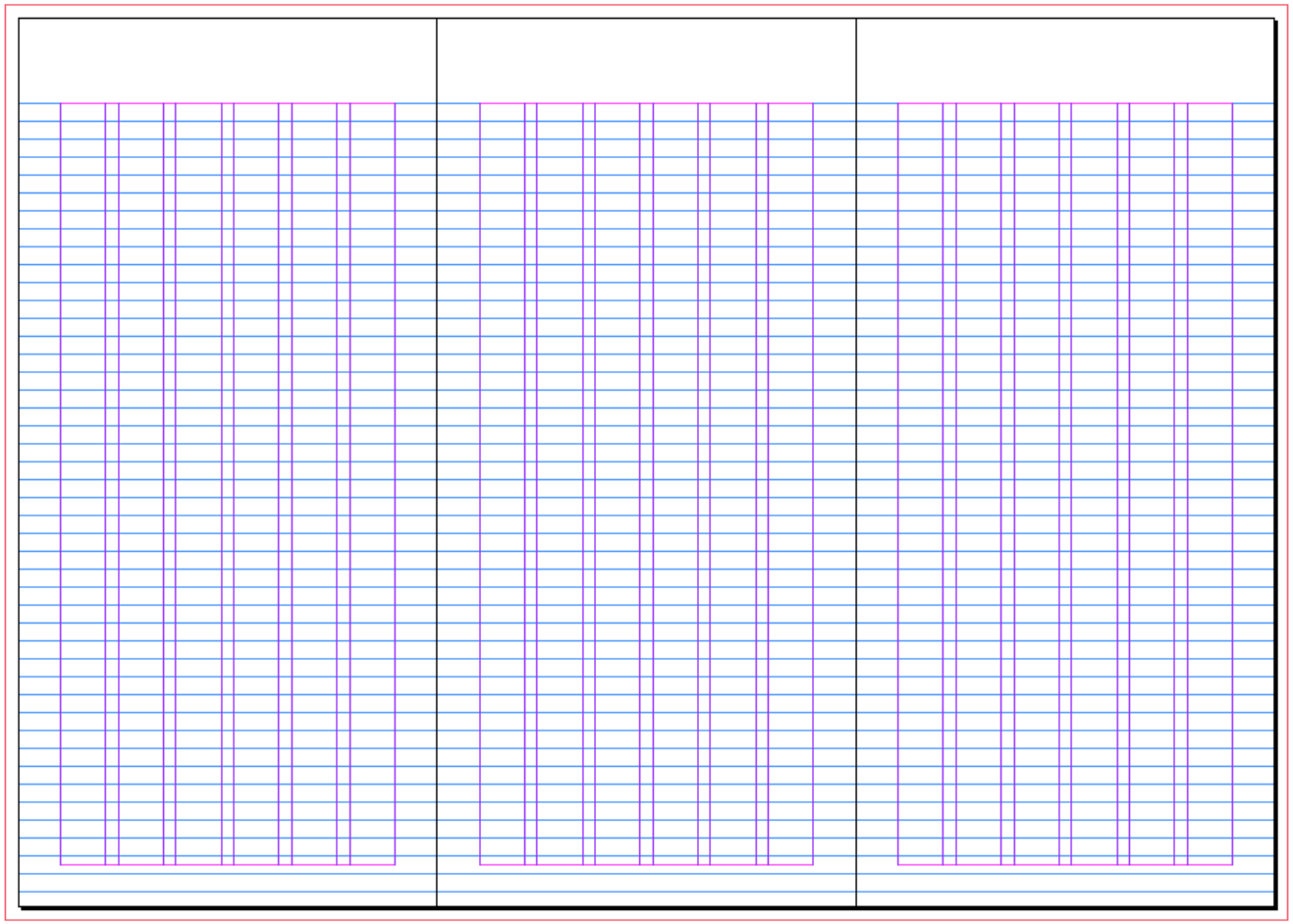
Eine weitere Idee ist es, das große Angebot an Serviceleistungen in einem grafischen Zeichen darzustellen. Dafür werden mehrere Entwürfe gemacht. Letztendlich werden vier Puzzleteile verwendet, welche alle zusammenpassen. Zusammen ergeben sie dann wiederum die Dachmarke. Die Serviceleistungen werden vier Untergruppen zugeordnet. Jede Untergruppe bekommt eine eigene Farbe.



Gestaltung

Gestaltungsraster
Der Satzspiegel ist vom rechten, linken und unteren Rand 10 mm und vom oberen Rand 20 mm entfernt. Daraus ergibt sich ein Satzspiegel von 79 x 180 mm mit 42 Zeilen. Dieser Bereich wird vertikal in sechs Spalten unterteilt mit einem Spaltenzwischenschlag von 3 mm. Durch dieses Gestaltungsraster mit einer geraden Anzahl von Spalten ist eine flexible Gestaltung möglich, welche eine ruhige und ausgeglichene Wirkung hat. Im oberen Bereich der Innenseite soll ein Bild das Layout auflockern.

Das Logo wird auf allen Flyern in der unteren rechten Ecke platziert. Die rechte untere Ecke ist bei weitem die häufigste Platzierung von Markenlogos in jeder Werbeform. Es ist deshalb gewohnt und wirkt nicht störend. Durch die gleichbleibende Position der Puzzleteile und der Welle wird der Seriencharakter der Flyer erkennbar. Auch die Platzierung der Texte, Überschriften und des Logos ist auf den Flyern gleich. Außerdem ist die Rückseite bei allen Flyern gleich gestaltet. Dort sind lediglich die Kontaktdaten zu finden. Da dies die übliche Platzierung von Adresse und Kontaktdaten ist, muss der Leser nicht lange suchen. Zusätzlich bietet die Rückseite ausreichend Platz für eventuelle Kooperationspartner. Die gesamte Gestaltung kann mithilfe des Gestaltungsrasters problemlos auf die anderen Serviceleistungen übertragen werden.



Gestaltung

Farben
Allgemein wird auf ausreichenden Kontrast von Schrift zum Hintergrund geachtet. Dieser Kontrast gewährleistet eine gute Lesbarkeit. Je nach Untergruppe der Serviceleistung wird eine andere Farbe verwendet. Im Gesamten werden nur freundliche knallige Farben verwendet, um die positive Wirkung zu verstärken. Das Blau (100,100,20,0) des impulse e.V. Logos wird auf allen Flyern bei konstanten Elementen verwendet. So wird der Seriencharakter und der Bezug zur Dachmarke wieder verdeutlicht.

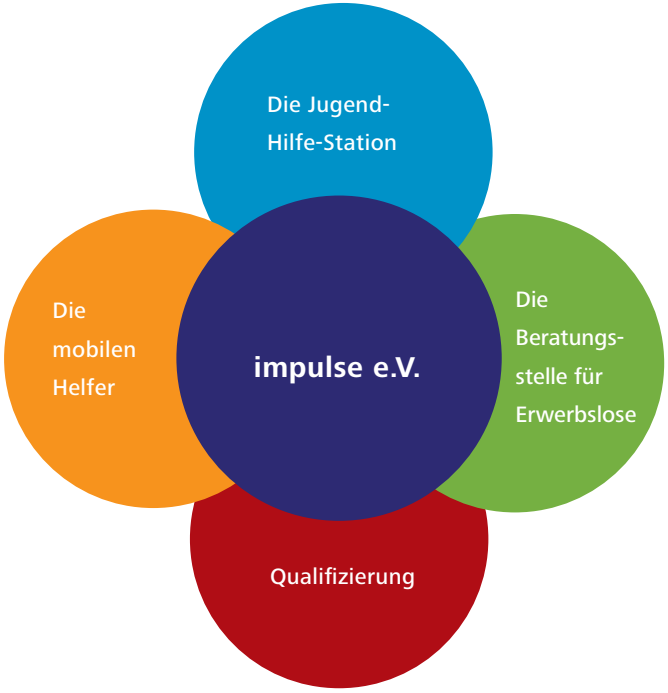
Alle Farben harmonieren gut mit dem dunklen Blau des Logos. Die unterschiedlichen Farben werden jeweils nur als Schmuckelement verwendet, um die Gesamterscheinung möglichst einheitlich – mit Bezug zur Dachmarke – zu gestalten. Außerdem wird im gesamten Flyer auf genügend Weißraum geachtet. Das soll einen freundlichen und ordentlichen Auftritt gewährleisten.

Die mobilen Helfer
Orange (0,50,100,0): Die Farbe spendet Kraft, gibt Energie und steht für Aktivität.

Die Beratungsstelle für Erwerbslose
Grün (60,10,100,0): Die Farbe wirkt beruhigend, steht für Regeneration, Hoffnung und Zuversicht. Außerdem suggeriert sie Hilfsbereitschaft.

Die Jugend-Hilfe-Station
Cyan (100,0,0,20): Die Farbe wirkt beruhigend und macht Mut. Sie hilft bei der Abkühlung vom Tagesstress und steht für Freundschaft.

Qualifizierung
Weinrot (100,0,0,20): Die Farbe hat eine belebende und positive Wirkung. Sie suggeriert Durchhaltevermögen und erhöht die Lebenskräfte. Außerdem steht sie für Wärme und Kraft.



Typografie

Schrift
Für alle Flyer wird die serifenlose Frutiger verwendet. Auszeichnungen werden durch verschiedene Schriftschnitte gemacht. Die Frutiger gilt als moderne und zeitlose Schrift, welche die Gestaltung nicht stört und nicht aufdringlich ist. Sie wird auf vielen Schildern verwendet und wirkt deshalb schon vertraut. Es wird bewusst nur eine Schriftart verwendet, um ein einheitliches Gesamtbild zu erzeugen. Der Fließtext wird in der Schriftgröße 9pt dargestellt, welche als optimale Lesegröße gilt.

Lesbarkeit
Bei der breit gefächerten Zielgruppe, ist es wichtig, dass auch ältere Menschen die Texte noch gut lesen können. Die Überschriften werden plakativ in 20pt dargestellt. Die Lesbarkeit wird durch die angenehme Zeilenlänge und den großzügig gewählten Zeilenabstand unterstützt. Umbrüche werden bewusst vermieden, um den Lesefluss nicht zu stören. Die Zeilen sind am Grundlinienraster ausgerichtet, was für die Registerhaltigkeit sorgt. Als Satzart wird der Flattersatz verwendet, da hier keine großen und störenden Löcher entstehen.

DIE UNTERSTÜTZER — Headline Titel

Die Jugend-Hilfe-Station — Subhead Titel

Weitere Infos gibt es bei: — Headline Fließtext

Cornelia Lindstedt
(Diplom-Sozialarbeiterin) — Fließtext

Friederike Trillhaas — Subhead Fließtext
(Diplom-Sozialarbeiterin)

Bilder

Bildauswahl
Zu jeder Serviceleistung werden passende Bilder aus Fotolia verwendet. Diese haben alle eine positive Stimmung, welche durch freundliche und lachende Gesichter vermittelt wird. Dem Betrachter soll damit die Hoffnung auf eine Besserung zum Guten vermittelt werden. Die Bilder werden auf dem Titel – passend zum vorgegebenen Format – ebenfalls im Hochformat platziert, so wirkt das Layout dynamisch. Auf dem Titel werden jeweils Bilder mit mehreren Personen verwendet, um den Zusammenhalt darzustellen und den Betrachtern zu zeigen, dass sie in ihrer schwierigen Lebenslage nicht allein sind. Außerdem wirken die Bilder mit Personen ansprechender. Sie geben die Möglichkeit sich zu Identifizieren und wecken Emotionen.

Fotolia #56273198

Fotolia #51118365

Fotolia #46292348

Fotolia #59157778

Fotolia #65746372

Fotolia #48838267

Fotolia #47419140

Fotolia #39707369

Bilder

Bildanordnung
Auf den ersten zwei Innenseiten wird oben jeweils über zwei Seiten ein Bild mit einer Person platziert. Hier wird deutlich, dass die Serviceleistung auf jeden einzelnen abgestimmt wird. Gesichter erzeugen immer und sofort Aufmerksamkeit. Die Gesichter sollen den Leser in diesem Fall fesseln und ihn davon abhalten, den Flyer in die Ecke zu legen. Die Bilder gehen in eine hellgraue Fläche über, in der Text platziert werden kann.

Auf zwei Flyern werden auf den weiteren Innenseiten noch Freisteller platziert, um die unterschiedlichen Textlängen auszugleichen. Freisteller wirken hier nicht störend und lockern das Layout auf. Es wird wieder bewusst auf eine positive Stimmung geachtet, welche hier vor allem durch die nach oben gerichteten Daumen vermittelt wird.

Bildbearbeitung
Bei allen Bildern werden Farbanpassungen vorgenommen. Sie werden immer an die Farbe der jeweiligen Serviceleistung angeglichen. So gibt es keine störenden Elemente und der gesamte Flyer wirkt mit seinen Bildern harmonisch und stimmig.

Farbanpassung an die Farbe des Serivceflyers
Die Jugend-Hilfe-Station

Farbanpassung an die Farbe des Serivceflyers
Die mobilen Helfer

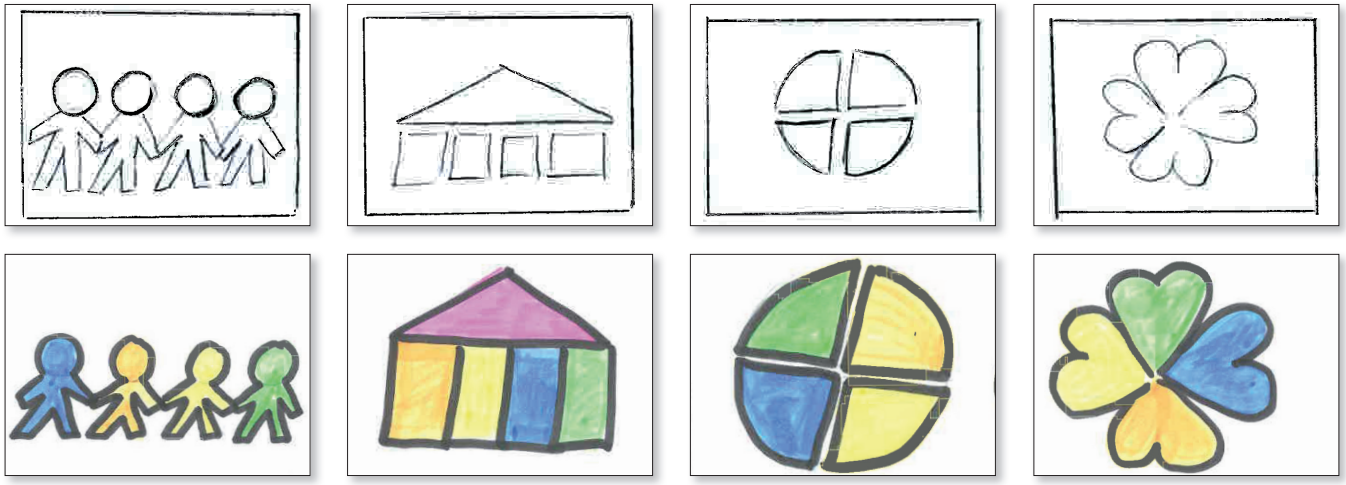
Farbanpassung an die Farbe des Serivceflyers
Die Beratungsstelle für Erwerbslose

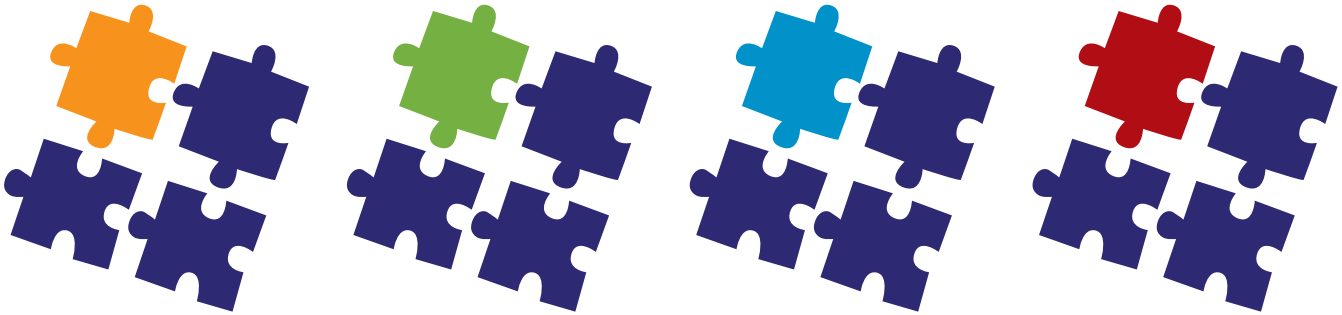
Grafisches Zeichen

Als grafisches Zeichen werden Puzzleteile verwendet. Die verschiedenen Puzzleteile stehen für die Serviceleistungen, welche zusammenpassen und gemeinsam die Dachmarke impulse e.V. ergeben.

Es ist jeweils ein Puzzleteil in der Farbe der Serviceleistung hervorgehoben. Die anderen werden im Blau von impulse e.V. eingefärbt, um den Bezug zur Dachmarke herzustellen.

Das Puzzleteil steht auch dafür, die richtige Lösung zu finden und somit den richtigen Weg. Des Weiteren unterstreicht es die Individualität eines einzelnen, da nicht alle Puzzleteile gleich sind, aber trotzdem zusammen passen. Die Hilfsbedürftigen Menschen haben oft das Gefühl, sie würden nicht in die Gesellschaft passen. Das Puzzlesymbol soll ihnen ein Gefühl von Zusammenhalt vermitteln.





Arbeitsplanung

	verwendete Hard- bzw. Software	Montag 16.06.2014							Dienstag 17.06.2014							Mittwoch 18.06.2014							Montag 23.06.2014							Dienstag 24.06.2014						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Konzeption																																				
Daten auf Vollständigkeit prüfen und sichten																																				
Einarbeitung, Auseinandersetzung mit der Aufgabenstellung																																				
Brainstorming																																				
Weiterentwicklung der Ideen																																				
Scribbles																																				
erste Layoutentwürfe am Rechner	Photoshop CS6, InDesign CS6																																			
Aussortieren der Entwürfe: Umsetzbar? Wirkung? Aufgabengerecht? Funktionalität? Seriencharakter?																																				
Weiterentwicklung des Entwurfs, Entwicklung und Eingliederung des Seriencharakters, Bildrecherche	Photoshop CS6, InDesign CS6, Internet Explorer																																			

Arbeitsplanung

	verwendete Hard- bzw. Software	**Mittwoch** 25.06.2014							**Donnerstag** 26.06.2014							**Freitag** 27.06.2014							**Montag** 30.06.2014						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Konzeption																													
Weiterentwicklung des Entwurfs, Entwicklung und Eingliederung des Seriencharakters, Bildrecherche																													
Auswahl der Schrift: Themengerecht? Lesbarkeit? Textgliederung? Raumaufteilung?	InDesign CS6																												
Dokumentation schreiben																													
Umsetzung																													
Bearbeitung der Bilder	Photoshop CS6																												
Überarbeitung der grafischen Elemente	InDesign CS6																												
Dokumentaufbau	InDesign CS6																												
Textübertragung und Integration	InDesign CS6																												
Druckdaten erstellen, Schneiden und Kleben der Flyer	InDesign CS6, Adobe Acrobat																												

Sonstiges

Verwendete Hardware
- ACPI x64 PC
- AMD RADEON HD 6450 Grafikkarte
- Intel Core i5-2400 CPU, 3,10 GHz
- DELLPnP-Monitor
- 8GB Arbeitsspeicher
- 64-Bit-Betriebssystem

Betriebssystem
Windows 7 Enterprise

Verwendete Software
Adobe Creative Suite 6:
- Photoshop CS6
- InDesign CS6
- Acrobat X Pro