



Dokumentation

Abschlussprüfung Sommer 2010
Mediengestalter Digital-/ Printmedien FR Gestaltung und Technik - Print

Christian Nimpsch
AROPRINT Druck- und Verlagshaus GmbH, Bernburg

03.....Briefing

04.....Grundidee

05.....Entwurf

06.....Dokumentation

12.....Arbeitsplanung

15.....Sonstiges

Die Privatbrauerei Zissel in Kulmbach, Oberfranken, braut seit 1898 Biere nach dem Bayrischen Reinheitsgebot. Zur kleinen Brauerei gehören eine Gaststätte mit Biergarten, Brennerei und ein Gästehaus.

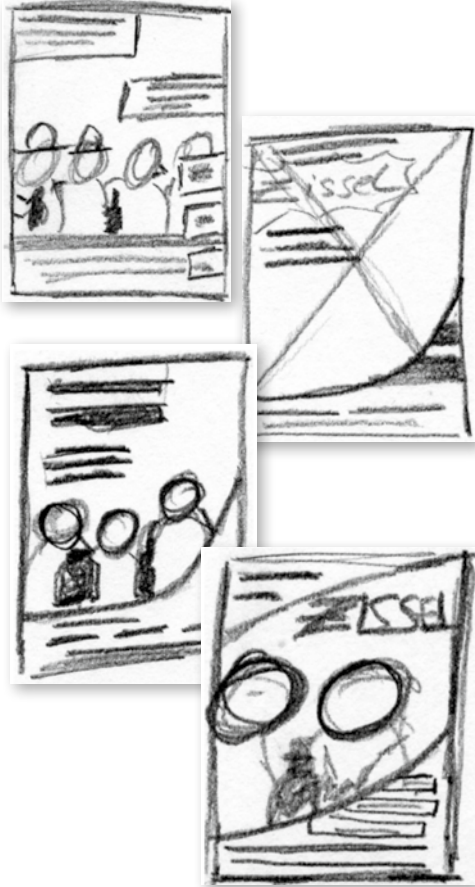
Der Familienbetrieb beschäftigt zehn Mitarbeiter.

Die Brauerei liegt an der Fränkischen Bierstraße und möchte ihren regionalen und touristischen Bekanntheitsgrad ausbauen. Das Zissel-Bier soll vor allem bei jungen und heimischen Zielgruppen zu einer Kultmarke werden.

Für Tages- und Wochenendtouristen bietet die Brauerei spezielle Angebote und Führungen. Im Gasthaus bestehen Einkehrmöglichkeiten für Biker und Wanderer.

Die Privatbrauerei Zissel veranstaltet zur erstmaligen öffentlichen Vorstellung der neuen Produkte „Zissel Grapefruit“, „Zissel Lemon“ und „Zissel Kaktusfeige“ ein Fest. Gestalten Sie zur Ankündigung dieses Festes ein Plakat. Das Endformat ist DIN A2. Das Plakat wird auf gestrichenem Papier im Offsetdruck nach ISO 12647-2 (Prozessstandard Offsetdruck) gedruckt.

Auf dem Plakat sollen die Produkte noch nicht gezeigt werden. Die Gestaltung soll vielmehr neugierig auf die Produkte machen.



Grundidee des Plakates ist es, den Betrachter über einen Key-Visual auf die Informationen aufmerksam zu machen (attention). Unschwellig soll er dabei schon eine Ahnung erhalten, welche Art von Informationen übermittelt werden sollen. Beim Näherkommen bzw. Betrachten des Plakates sollen dann das Wort „Zissel“ im besonderen und die weiteren Daten zum Event vermittelt werden (interest). Die Assoziation zu Key-Visual und den Eventinformationen bewirken, dass der Betrachter, so fern er der Zielgruppe angehört, dass Verlangen verspürt, diesen Event zu besuchen (desire). Die Aktion erfolgt dann, wenn er sich weitere Informationen per Webseite holt bzw. sich entschließt zum Fest zu gehen. Somit wird das AIDA-Prinzip angewendet.

Die Informationen werden durch das KISS-Prinzip (Keep it short and simple) unterstützt. Der großflächige „Whitespace“ lässt genug Freiraum um die wichtigsten Informationen gut lesbar darzustellen. Der Key-Visual ordnet sich, ab einer bestimmten Nähe des Betrachters zum Plakat, unter und gibt den Eventinformationen oberste Priorität.



Gestaltungsraster

Das Grundraster des Plakates basiert auf der 3er-Regel, einer Vereinfachung des Goldenen Schnitts. Um die Flächenwirkung zu verstärken wurde das vertikale Raster noch um die Hälften der üblichen Unterteilungen erweitert. Eine entsprechende Bild-Text-Gestaltungselement-Verteilung sorgt nun für Harmonie und Ästhetik. Keines der Elemente wirkt überproportioniert gegenüber den anderen.

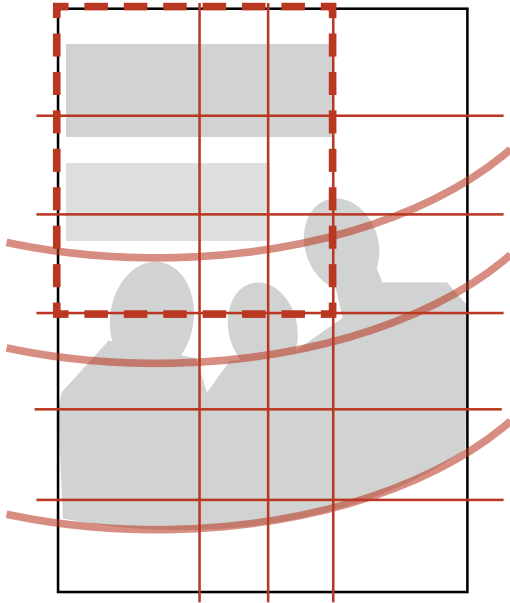
Ein weiterer positiver Effekt besteht in der Platzierung wichtiger Elemente in den Bereichen der Schnittpunkte von Rasterlinien.

So sind, auf weite Entfernung gut sichtbar, die Gesichter der Personen sowie das Wort ZISSEL als die Key-Visuals erkennbar.

In weiteren Schnittpunkten finden sich die Getränkeflaschen sowie der untergeordnete Infotext. Sie bieten weitere Blickpunkte auf die das Auge gezogen wird und an denen der Blick verweilt.

Die Gliederung der Informationen erfolgt ebenfalls über das Raster. Markenname, Slogan und Eventinformationen finden sich in den oberen, linken Rasterzellen. Dabei kommen die europäischen Sehgewohnheiten zu tragen, die immer oben links mit dem Lesen beginnen. So werden die wichtigsten Textinformationen auf den ersten Blick erkenn- und lesbar.

Wortmarken und Adresse der Brauerei finden sich im unteren Bereich des Plakates. Zum einen, weil die neuen Produkte noch im Hintergrund bleiben sollen. Zum anderen ist die Zissel Brauerei schon bekannt. Man kann also davon ausgehen, dass die beworbene Zielgruppe (Junge, lokal Ansässige) bereits weiß wo sich die Brauerei befindet.



Farbe

Die Farben des Plakates werden durch das Bildmotiv bestimmt. Zusammen mit der Schrift entsteht ein Komplementärkontrast aus dem hellblau/weiß des Himmels, den Orange/Rosa-Tönen der Personen und der blauen Textfarbe der Eventinformationen.

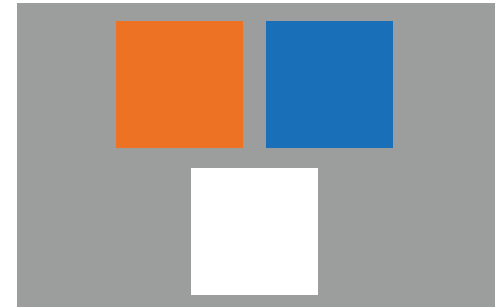
Orange symbolisiert Optimismus und Lebensfreude, wirkt kräftigend und positiv. Es wirkt als Kraftspender nach physischer oder seelischer Erschöpfung. Gleichzeitig unterstreicht Stärke und Aktivität. Die Farbe steht für Freude, des Lustigen, der Geselligkeit.

Hellblaue Farben stehen für grenzenlose Freiheit und Abenteuer. Hellblau öffnet unseren Horizont und verbindet unsere Seele mit der Unendlichkeit des Himmels. Tatendrang und Urlaubsstimmung werden durch hellblaue Farben in uns geweckt.

So unterstreichen die Farben den Gesamteindruck des Plakates und vereinfachen die Kommunikation der Informationen zum Betrachter. Dieser wird eingeladen, den beworbenen Event zu besuchen und die neuen Mixgetränke zu entdecken.

Weiterhin entsteht ein quantitativer Kontrast durch den flächenmäßig großen Anteil an Himmel zu den Texten.

Der quantitative Kontrast zwischen der dunklen, blauen Schrift und dem weiten hellblau des Hintergrundes hebt den Alleinanspruch der Textinformationen vor und gibt ihnen einen entsprechenden Platz auf dem Plakat. Die Informationen heben sich gut vom Rest ab und sind durch diesen hohen Kontrast gut lesbar.



Schriftfarbe: CMYK 85 50 0 0



N FEST IST
R EIN ZIS

Typografie

Als Schriftart wurde die Copperplate Gothic Std, eine von Frederick William Goudy entwickelte Majuskelschrift, gewählt. Auf den ersten Blick wirkt sie fast serifenlos. Bei genauerem Hinsehen erkennt man die winzigen spitzen Serifen, die das Schriftbild abrunden. Die Buchstaben fügen sich, durch die fehlenden Ober- und Unterlängen zu statischen, dichten Zeilen zusammen. Dadurch wirkt die Copperplate repräsentativ und erhaben.

Sie hebt das Urtypische eines „Zissel“'s hervor. Durch bekannte andere Beispiele assoziiert der Betrachter den Bezug auf eine Biermarke.

Da es mengenmäßig ein sehr kurzer Text ist und die Plakatwirkung nicht verloren gehen soll, wurde bewusst auf eine Schriftmischung verzichtet.

So werden die Informationen durch die Variation von Schriftgröße und -schnitt gewichtet. Die Schrift hat in allen Schnitten, aufgrund des Druckformates, mindestens Display-Größe ist also Größer als 48 pt. Ausnahme bildet die Adresse der Brauerei.

Copperplate Gothic Std, 30BC:

Slogan um das Keyword „Zissel“ & Slogan „Entdeck den neuen Mix“ ein fetter, breiter laufender Schnitt um den Informationen die benötigte Gewichtung zu geben.

Copperplate Gothic Std, 29BC:

Informationstexte wie Datum, Beschreibung und Adresse normaler Schriftschnitt, untergeordnet

Um die Lesbarkeit zu wahren, wurden sowohl der Durchschuss als auch der Grauwert durch das Sperren und das Verringern der Buchstabenabstände optimiert.

Die Raumaufteilung orientiert sich am Gestaltungsraster des Plakates.

Mit dem Partyslogan und dem Wort „Zissel“ stehen die größten Schriften im direkten Blickfeld des Betrachters. Darunter etwas kleiner die Informationen zu Ort und Zeit des Events.

Der Slogan zu den Getränkesorten befindet sich in gleicher Schriftgröße im weißen Kasten am Plakatboden.

Mit der kleinsten Schriftart wurde die Adresse am unteren Rand platziert. So werden die Informationen durch Platzierung, Schriftschnitt und -größe gewichtet.

Schriftproben Copperplate Gothic Std, 29 BC

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. AENEAN COMMODO
LIGULA EGET DOLOR. AENEAN MASSA. CUM SOCIIS NATOQUE PENATIBUS ET MAGNIS
DIS PARTURIENT MONTES, NASCETUR RIDICULUS MUS. DONEC QUAM FELIS,
ULTRICIES NEC, PELLENESQUE EU, PRETIUM QUIS, SEM. NULLA
CONSEQUAT MASSA QUIS ENIM. DONEC PEDE JUSTO,
FRINGILLA VEL, ALIQUET NEC, VULPUTATE EGET, ARCU.
IN ENIM JUSTO, RHONCUS UT, IMPERDIET A, VENE-
NATIS

Schriftproben Copperplate Gothic Std, 30 BC

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. AENEAN COMMODO
LIGULA EGET DOLOR. AENEAN MASSA. CUM SOCIIS NATOQUE PENATIBUS ET MAGNIS
DIS PARTURIENT MONTES, NASCETUR RIDICULUS MUS. DONEC QUAM FELIS,
ULTRICIES NEC, PELLENESQUE EU, PRETIUM QUIS, SEM. NULLA
CONSEQUAT MASSA QUIS ENIM. DONEC PEDE JUSTO,
FRINGILLA VEL, ALIQUET NEC, VULPUTATE EGET, ARCU.
IN ENIM JUSTO, RHONCUS UT, IMPERDIET A, VENE-
NATIS



Bilder

Das Hauptelement des Produktes ist das Bild. Zu sehen sind junge, lachende Menschen, sommerlich bekleidet und mit je einer Getränkeflasche in der Hand. Es wurde ein zielgruppen-kompatibles Motiv gewählt. Die abgebildeten Personen sind ungefähr im gleichen Alter der Zielgruppe. Da das Plakat die Party ankündigen soll und nicht das Produkt, sind die Key-Visual in diesem Motiv die entspannten, lächelnden Gesichter der Personen. Dazu passt, dass der Event im Sommer statt findet. Statt der ursprünglichen vier Personen, wurden nur drei übernommen um das Motiv nicht mit zuvielen Elementen zu überfrachten. So bilden die jungen Leute eine aufsteigende Kurve, die als Teil eines offenen Kreises gesehen werden kann. Der Betrachter fühlt sich durch den direkten Blickkontakt in die Szene eingebunden. Er erfährt sich als Teil des Kreises, welcher ihn freundschaftlich aufnimmt.

Weiterhin können die drei Personen in späteren Kampagnen metaphorisch für die drei Getränkesorten stehen und ihnen quasi „ein Gesicht geben“. Das Motiv ist an drei Seiten randabfallend. Durch den großen Anteil an Himmel wirkt es leicht und offen. Diese Platzierung unterstützt die Szene in ihrer Intention, die gute Stimmung und die Freundlichkeit der Leute in den Vordergrund zu rücken.



Effekt

Um den Fokus auf den Key-Visual also die Gesichtsregionen zu lenken wurde ein Effekt über das ganze Bild gelegt. Dieser zeichnet die weniger wichtigen Stellen des Bildes weich. Zusätzlich wurden auf diese unscharfen Regionen Wassertropfen retuschiert.

Er manifestiert den Wunsch des Betrachters nach einem kühlen Getränk auf einer heißen Party. Der Effekt steht sinnbildlich für die Erfrischung, die der Betrachter erfährt, wenn er im heißen Sommer das Getränk zu sich nimmt. Der Weichzeichner unterstützt die sommerliche Stimmung, da er an das Flimmern und das gleißende Sonnenlicht erinnert.

Gestaltungselemente

Als weiteres Gestaltungselement wurde eine Vektorgrafik erstellt, welche einen gebundenen Kranz aus Hopfen und Ähren darstellt. Durch die Farbe und die Größe des Elementes fügt es sich dabei bildfüllend in den Mittelgrund des Bildes. So wird ein direkter Bezug zu den Hauptinhaltsstoffen des Getränkes hergestellt. Zusätzlich wird mit dem Ährenzweig ein Teil des Logos der Brauerei aufgegriffen und interpretiert. Um dem Hauptbild ein festes Fundament zu geben, wird das Bildmotiv von unten durch drei Flächen mit aufsteigender, „runder“ Kontur begrenzt. Diese sind zum Teil transparent und unterscheiden sich in ihrem Steigungsgrad. So wird ein harmonischer Übergang zum unteren Bildabschnitt geschaffen, in welchem sich die Wortmarken der neuen Getränkesorten befinden. Die Kurven als dynamische, aufstrebende Elemente unterstützen in ihrer Richtung die positiven Assoziationen des Betrachters mit den erhaltenen Wort- und Bildinformationen.

Korrekturen:

Rechtschreibfehler: „Entdeckt [...]“ geändert in „Entdeckt [...]“

Typografie: erster Anstrich zwischen „- Bierfest“ entfernt



#	Arbeitsschritt	Software/ Hardware	geplante Zeit
1	Unterlagen sichten		10 min
2	Brainstoming	Stift, Papier	20 min
3	Scribbeln	div. Stifte, Papier	100 min
4	Bildbearbeiten <ul style="list-style-type: none"> ▶ Größe/ Auflösung (25x 40 cm, 280 dpi) ▶ Retuschen (Person entfernen, Hand umsetzen, diverse Korrekturen) ▶ Farbmodus ändern (sRGB) 	Photoshop, PC	90 min
5	Bildeffekt erstellen <ul style="list-style-type: none"> ▶ weichzeichnen ▶ Wassertropfen/ Eiseffekt 	Photoshop, PC	30 min
6	Erstellen graphisches Element <ul style="list-style-type: none"> ▶ Scannen der Bildvorlage ▶ Freistellen und Nachbearbeiten ▶ Nachzeichnen/ vektorisieren 	VueScan 8, PC Photoshop, PC Illustrator, PC	30 min
7	Plakatdatei anlegen <ul style="list-style-type: none"> ▶ Größe (DIN A2) ▶ Auflösung (300 dpi) ▶ Farbmodus (CMYK für ISOcoated_v2_eci) ▶ Anschnitt (3 mm) 	Illustrator, PC	5 min

#	Arbeitsschritt	Software/ Hardware	geplante Zeit
8	Gestaltungsraster anlegen	Illustrator, PC	5 min
9	Integration Hintergrundbild (166 dpi)	Illustrator, PC	5 min
10	Integration grafisches Element „Kranz“ ▶ Schnittmaske anpassen	Illustrator, PC	5 min
11	Erstellen/ Integration grafisches Element „Welle“ ▶ Zeichnen ▶ Tansparenzen ▶ Korrekturen	Illustrator, PC	10 min
12	Setzen von Lichtpunktakkzentzen	Illustrator, PC	5 min
13	Bearbeitung/ Aufbereitung Wortmarken ▶ Import in Illustrator	Acrobat, Illustrator, PC	15 min
14	Textüberprüfung und -korrekturen	OpenOffice, PC	10 min
15	Textintegration ▶ Platzierung ▶ Auszeichnung	Illustrator, PC	20 min
16	PDF-Export zur Druckausgabe ▶ PDF X3 ▶ „Qualitativ hochwertiger Druck“ ▶ Schnittmarken, Beschnittzugabe (3mm) ▶ In Zielprofil umwandeln (Werte beibehalten)	Illustrator, PC	20 min

#	Arbeitsschritt	Software/ Hardware	geplante Zeit
17	visueller Preflight <ul style="list-style-type: none"> ▶ Format ▶ Softproof (Farben) ▶ Raumaufteilung ▶ Rechtschreibung 	Acrobat 9, PC	10 min
18	Preflight <ul style="list-style-type: none"> ▶ eingebettete Schriften ▶ Auflösung der Bilder (min. 280 dpi) ▶ Farbseparationen (keine Sonderfarben) ▶ Farbauftrag < 280 % ▶ Transparenzen reduziert ▶ Ausgabeprofil eingebettet 	Acrobat 9, PC	15 min
19	Übermittlung der Druckdaten an Druckdienstleister	Thunderbird	20 min
20	Druck des Entwurfes	HP DesignJet 800	externer Druckdienstleister
21	Verpacken & Versand an den Kunden	Posterrolle	10 min

Persönliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegenden Prüfungsaufgaben selbstständig hergestellt habe.

Wird vom Prüfungsausschuss festgestellt, dass fremde Hilfe in Anspruch genommen wurde, gilt die praktische Prüfung als nicht bestanden.

„Mir ist bewusst, dass die mir überreichten Prüfungsaufgaben und -unterlagen nur zur Absolvierung meiner eigenen Prüfung übergeben wurden. Eine Veröffentlichung der Prüfungsaufgaben und/oder -unterlagen ohne Genehmigung des ZFA[®], z. B. im Internet, ist daher nicht zulässig und stellt einen Urheberrechtsverstoß dar.“

Auch eine Weitergabe der Prüfungsunterlagen und -ergebnisse ist mir untersagt.

Zeiten für die Realisierung:

Prüfungsstück Ia: _____ Stunden

Datum: 05.05. - 14.05. 2010

Prüfungsstück Ib: _____ Stunden

Datum: 19.05.2010

Prüfungsstück II: _____ Stunden

Datum: 20.05.2010

Ort, Datum

Unterschrift des Prüflings

Bestätigung:

Unterschrift Ausbilder/in

Umfang der Dokumentation:

2x DIN A4, reine Erläuterung zu Aufbau, Farbe, Typografie, Bilder und Gestaltungselementen

Verwendete Hardware:

HP compaq dc 7900
Intel Core 2 Duo; 2,8 GHz
2 GB RAM, 16 x CD-Brenner

Verwendete Software:

Adobe Creative Suite 4
OpenOffice, VueScan 8
Thunderbird

Verwendete Fachbücher:

Kompendium der Mediengestaltung
Grundlagen der Mediengestaltung

Betriebssysteme:

Microsoft Windows XP Pro, SP 3
Microsoft Windows 7

Dank an:

Anni, Aroprint, Druckerei Krause,
plotpoint24, MZ DokuCenter

