

0099
ERDE
MOND
MARS
2037

Hochschule für Gestaltung
Schwäbisch Gmünd

4. Semester
Transmediales Gestalten

Wintersemester 2007 /08
Dozent: Daniel Utz
Studenten: Till Tibi, Arnel Neudam

DOKUMENTATION

DES ERSCHEINUNGSBILDS
FÜR DIE WECHSELAUSSTELLUNG
"ERDE MOND MARS"

INHALT

| | |
|--------------------------------|---------|
| Aufgabe | 03 |
| Wahl des Themas | 04 |
| Recherche | 05 |
| | |
| ENTWURFSPHASE | 06 - 10 |
| TYPOGRAFIE | 11 - 12 |
| ENTWURF DES PLAKATS | 13 - 27 |
| SCHRIFTSCHNITTE & SCHRIFTGRÖÙE | 28 - 30 |
| FARBE | 31 - 32 |
| WORTMARKE | 33 - 34 |
| DAS AUSSTELLUNGSPLAKAT | 35 - 36 |
| ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS | 37 - 42 |
| DIE INTERNETSEITE | 43 - 46 |
| DIE EINLADUNGSKARTE | 47 - 48 |
| DER STYLEGUIDE | 49 - 50 |
| | |
| Résumé | 51 |

AUFGABE

Die Aufgabe bestand darin, ein medienübergreifendes Erscheinungsbild für eine Wechselausstellung zu entwickeln. Das Thema der Ausstellung war frei wählbar und musste aus einem technischen, naturwissenschaftlichen oder (kultur-)geschichtlichen Bereich kommen. Der Umfang dieses Corporate Designs sollte sich dann in einem Ausstellungsplakat, und einem für jede Arbeitsgruppe frei wählbaren Bereich (Internetseite, Ausstellungskatalog, Ausstellungsgrafik) widerspiegeln.

Wir entschieden uns für den Entwurf einer Internetseite, dem dann noch eine Einladungskarte folgen sollte.

Letzter Teil der Übung war es am Ende einen Styleguide mit den wichtigsten Gestaltungsmerkmalen des Corporate Designs in Plakatform zu erstellen.

WAHL DES THEMAS

Für unsere Arbeitsgruppe stand bei der Auswahl an freiwählbaren Bereichen für das Thema der Wechselausstellung relativ schnell fest, dass es eins aus dem Bereich der Weltraumforschung sein sollte. Nach ersten Recherchen im Internet stießen wir auf das NASA Constellation Programm. Dieser ist als eine Art Fahrplan für die Erkundung des Sonnensystems zu sehen. Das Programm startet 2009 mit den Tests der Ares Raketen. 2019 soll dann wieder eine bemannte Mondmission stattfinden, um von dort im Jahre 2037 zum Mars zu fliegen.



RECHERCHE



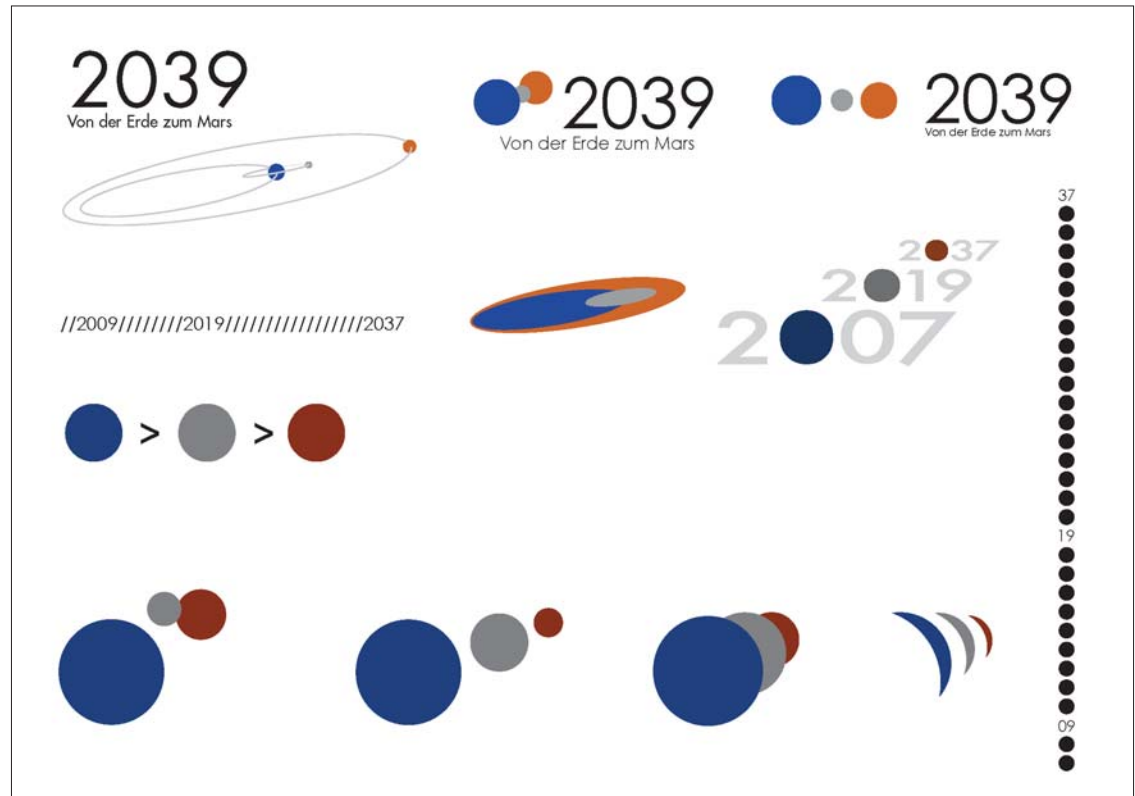
Für den Entwurf eines in sich schlüssigen Erscheinungsbilds mussten wir uns erstmal mit den Inhalten des Themas auseinandersetzen. Dazu nutzten wir sowohl das Internet, als auch Bücher und Fachzeitschriften. Das recherchierte Material wurde gesammelt, und sollte uns später als Quelle für unterschiedliche Gestaltungsansätze oder zur thematischen Unterteilung der Internetseite dienen. Zur Recherche gehörte ebenfalls das Sammeln von aussagekräftigen und qualitativ guten Bildern.

ENTWURFSPHASE

ENTWURFSPHASE

Digitale Scribbles

Erster gestalterischer Schritt im Entwurf des Corporate Designs bestand darin, die erarbeiteten Inhalte visuell darzustellen. Dies geschah zwar auch auf zeichnerischer Ebene, doch entschieden wir uns aus praktischen Gründen unsere Ideen gleich digital zu visualisieren. Dabei griffen wir auf die naheliegendsten Assoziationen die dieses Thema mit sich bringt. Jeder dieser Ansätze beinhaltet entweder eine Kugel / Ellipse oder ist farblich wie die wirklichen Farben der Planeten und des Trabanten codiert. Wir merkten relativ schnell, dass wir uns von diesem naheliegenden Ansatz distanzieren wollten.



ENTWURFSPHASE

1. typografischer Ansatz



Da uns die markanten Daten des Constellationprogramms als sehr wichtig erschienen, begannen wir diese mit vorhergegangenen Ansätzen zu kombinieren. Dabei entstand die Idee die Jahreszahlen optisch nach hinten in den Raum zu verkleinern, um sowohl die zeitliche als auch räumliche Bedeutung der Jahreszahlen und ihren miteinandergehenden Planeten bzw. Trabanten darzustellen.

ENTWURFSPHASE

Ausprobieren von Anordnungen der Typografie

Um uns nicht gleich von vorne herein auf eine Anordnung zu konzentrieren, wurden auf dem Format des Plakates verschiedene Jahreszahl-Anordnungen ausprobiert um ein breites Spektrum für Darstellungsmöglichkeiten zu erlangen.

Dabei gingen wir einen nächsten Schritt weiter und beließen es nicht nur bei der Verkleinerung der einzelnen Jahreszahlen. Diese wurden nun farblich von weiß zu schwarz abgestuft um den Eindruck der Räumlichkeit zu verstärken.

Ein nächster Schritt befasst sich mit der zusätzlichen räumlichen Verzerrung der Jahreszahlen.



ENTWURFSPHASE

Ausprobieren von Anordnungen der Typografie



TYPOGRAFIE

TYPOGRAFIE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄËÖÜÁÇÔØ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
[{}(,.;:!&β-*@)]

FUTURA LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄËÖÜÁ
ÇÔØabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 [{}(,.;:!&β-*@)]

FUTURA MEDIUM

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄËÖÜÁ
ÇÔØabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 [{}(,.;:!&β-*@)]**

FUTURA BOLD

Nachdem wir die verschiedenen Anordnungen ausprobiert hatten, legten wir uns auf eine Schrift fest. Diese sollte durch den Grad ihrer typografischen Konstruktion die Räumlichkeit unterstützen. Unsere Wahl fiel auf die FUTURA da sie für uns nicht nur namensgebend für die Zukunft steht, sondern auch unser

bisheriges Konzept mit ihren Eigenschaften von Stärke, Zeitlosigkeit und ihrer Klarheit am besten widerspiegelt. Abgebildet sind drei Schnitte der FUTURA. Diese sollten im späteren Verlauf der CD-Entwicklung ihre jeweiligen Einsatzgebiet in den verschiedenen Medien erlangen.

ENTWURF DES PLAKATES

ENTWURF DES PLAKATES

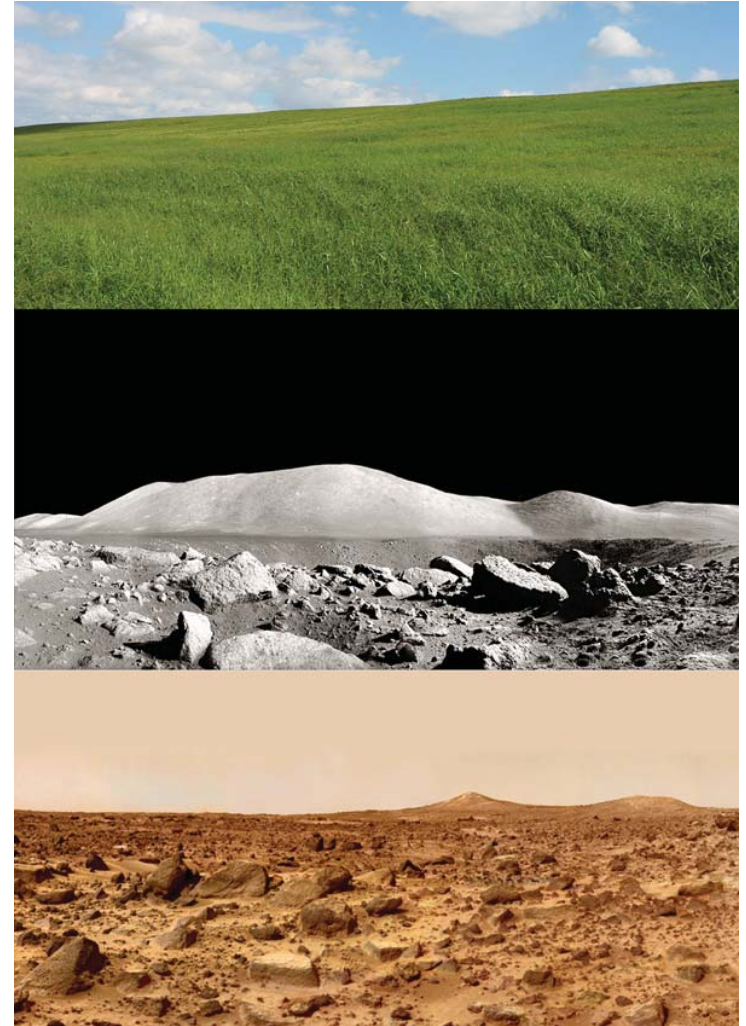
1. Ansatz: Oberflächen

Als nächstes stand unser Anliegen, für das Ausstellungsplakat einen plakativen Hintergrund zu erstellen. Dieser sollte das Konzept der Jahreszahlen aufnehmen und wenn möglich verstärken.

Uns kam der Gedanke die jeweiligen Planetenoberflächen illustrativ darzustellen. Die dafür verwendeten Bilder sollten das Konzept der räumlichen Tiefen aufgreifen (siehe nächste Seite). Für die Erde wurden zwei Varianten erstellt, da diese im Gegensatz zu Mond und Mars zwei verschiedene Oberflächenformen besitzt.

Ein anderer Ansatz für die Idee mit den jeweiligen Oberflächen, bestand darin eine Detailaufnahme illustrativ als Hintergrund zu verwenden (siehe übernächste Seite).

Beide Varianten dieser Idee wurden aber aus Gründen der Überfrachtung von Elementen fallen gelassen und nicht weiter verfolgt.



ENTWURF DES PLAKATES

1. Ansatz: Oberflächen (Panorama)



ENTWURF DES PLAKATES

1. Ansatz: Oberflächen (Nahaufnahme)



ENTWURF DES PLAKATES

2. Ansatz: Typografische Kugel

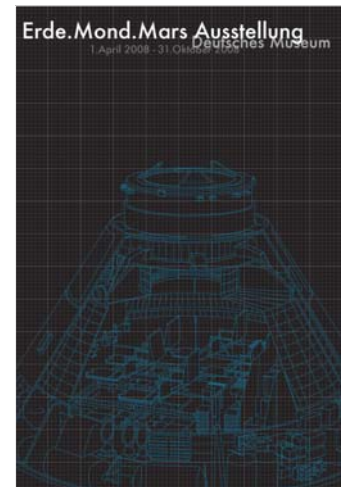
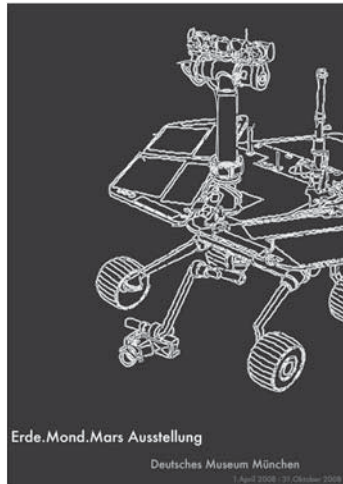
Ein weiterer Ansatz versucht nochmals das Element der Kugel aufzunehmen. Dieser löst sich von der vorhergegangenen Idee der Jahreszahlen und verwendet den Namen des jeweiligen Planeten bzw. Trabanten um so durch mehrfache Kopie die Form einer Kugel zu erlangen.

Auch dieser Ansatz wurde relativ schnell von uns ausgeschlagen.



ENTWURF DES PLAKATES

3. Ansatz: technische Outlinezeichnungen



Auch diese Plakatentwürfe distanzieren sich vom Konzept der Jahreszahlen und legen ihren Fokus auf den technischen Aspekt des NASA Constellationprogramms. Wir fertigten Outlinezeichnungen von Vehikeln, Geräten und Erkundungsrobotern an. Dem Betrachter soll das Gefühl vermittelt werden Blaupausen und Konstruktionsplänen der für die Missionen entwickelten Gerätschaften zu betrachten.

Wir entschieden uns zu diesem Zeitpunkt gegen diesen Ansatz. Die erstellten Outlines sollten auf der Interseite Verwendung finden.

ENTWURF DES PLAKATES

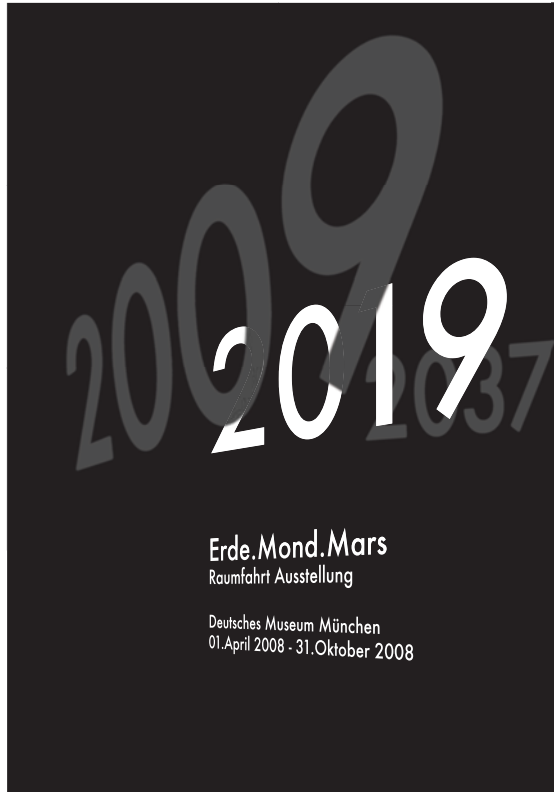
4. Ansatz: Typografisch (experimentell)

Wir entschlossen uns nach den verschiedenen Ansätzen unseren Fokus auf das Konzept der Jahreszahlen zu legen. Auf Anraten von unserm betreuenden Dozenten Daniel Utz, sollten wir nochmals losgelöst von vorhergegangenen Ideen neue Anordnungsmöglichkeiten oder Darstellungsmöglichkeiten für die Jahreszahlen ausprobieren. Dabei setzen wir uns auch zum ersten Mal mit der Anordnung und Positionierung der Zusatzinformationen, wie Ort, Datum und Art der Ausstellung auseinander. Viele dieser Varianten lassen aber Assoziationen zu anderen Themen aufkommen, statt zur Thematik des Weltraums.



ENTWURF DES PLAKATES

4. Ansatz: Typografisch (räumlich verzerrt)



Nachdem wir uns nach der experimentellen Phase entschieden hatten, den typografischen Ansatz auszuarbeiten, wurden die ersten Richtlinien beschlossen, die für das endgültige Plakat gelten sollten. Das Plakat sollte ganzflächig schwarz angelegt sein, um die Assoziation zum Weltraum darzustellen. Hinzu kommt der Gedanke, dass das Constellation Programm sprichwörtlich einer noch nicht vorhersehbaren, also noch im Dunkeln liegenden, Zukunft entgegenschaut.

Diese Richtlinien nimmt dieser letzte "experimentelle" Ansatz auf und verbindet sie mit dem Konzept der räumlichen Verzerrung der Typografie. Diese scheint nun im Raum zu schweben. Aber auch diese Idee war uns zu verspielt und wurde deshalb nicht weiter verfolgt.

ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: allgemeine Anordnung

Um die Richtlinien für das endgültige Plakat mehr und mehr festzulegen, fingen wir an, uns jedem einzelnen wichtigen Plakatelement zu widmen. Fest standen für uns, die Begrifflichkeit "2009, 2019, 2037" (die später zu unserer Wortmarke werden sollten), der Name der Ausstellung ("Erde, Mond, Mars") und die Zusatzinformationen.

Auf den abgebildeten Plakaten wurden allgemeine Positionierungen, wie links- oder rechtsbündig oder zentriert ausprobiert.



ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Anordnung Ausstellungsname



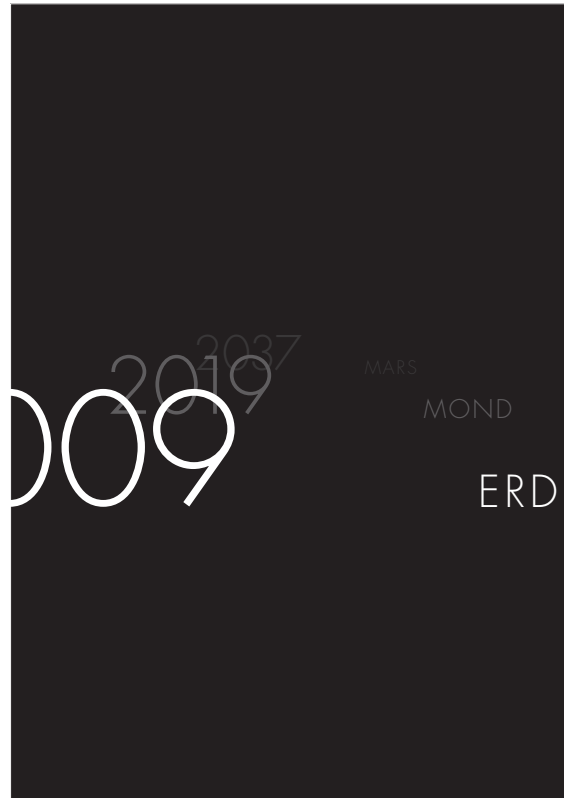
In diesen Varianten wurde auf die Zusatzinformation "Raumfahrtausstellung" verzichtet. An dessen Position schiebt sich der Name der Ausstellung.

Außerdem entschieden wir uns die am linken Rand des Plakates angeschnittene erste Jahreszahl, als nächste feste Richtlinie einzuführen.

ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Anordnung Ausstellungsname

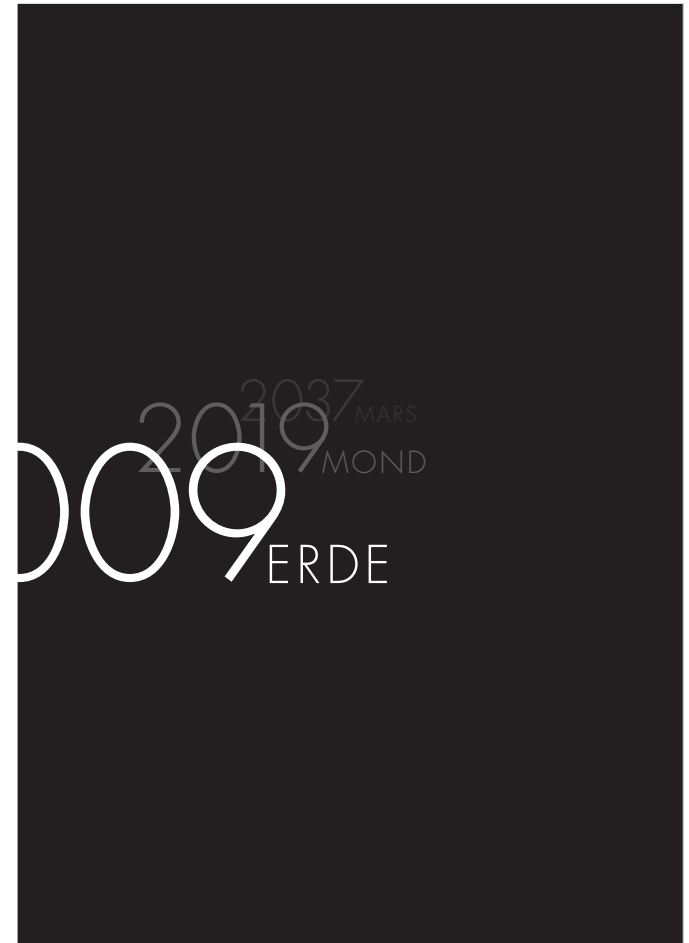
Auch in diesen Plakatvarianten wurde nach interessanten Positionierungen für den Ausstellungsnamen gesucht.



ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Anordnung Ausstellungsname

Letztendlich entschieden wir uns für diese Anordnung des Ausstellungsname "Erde, Mond, Mars", da diesem eine zentrale Wichtigkeit inne wohnt, und in dieser Variante am besten zu lesen ist. Dennoch nimmt sie der Wortmarke (Jahreszahlenfolge) ihren Stellungwert im Plakat nicht. Dieser sollte dem möglichen Besucher der Ausstellung als erstes Merkmal auffallen und sich einprägen.



ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Anordnung Zusatzinformationen

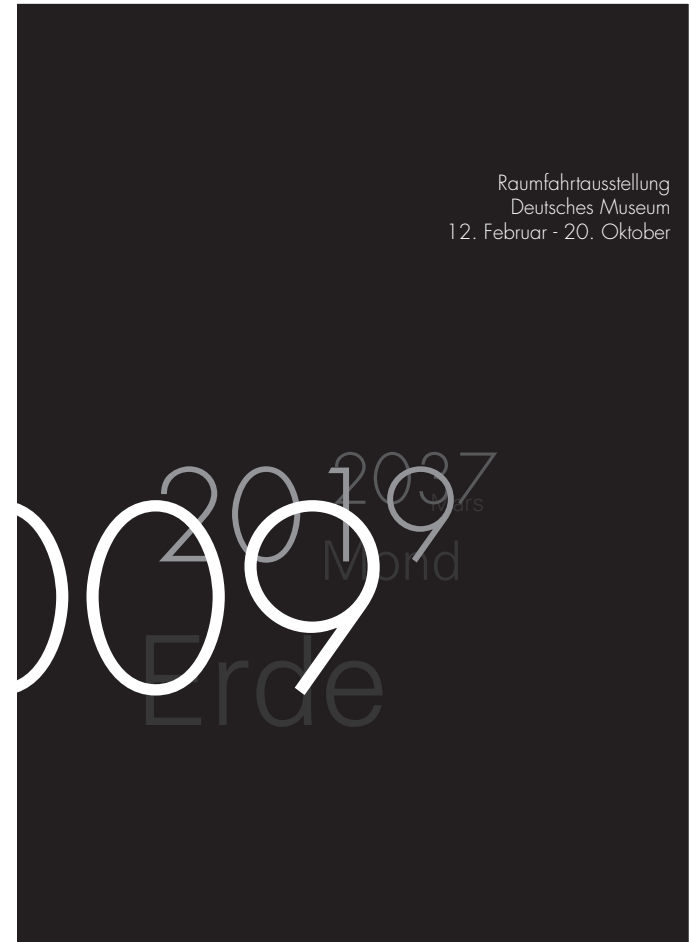


Auf diesen Plakatvarianten wurde, noch ohne Rücksichtnahme der vorhergegangenen Festlegung für die Positionierung des Ausstellungsnamen, die Anordnung der Zusatzinformationen ausprobiert. Man sieht eine zentrierte, sowie zerfledderte Formation von Art, Ort und Zeit der Ausstellung.

ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Anordnung Zusatzinformationen

Für weitere Variantenbildungen des Plakates haben wir uns schließlich auf diese Anordnung der Zusatzinformationen geeinigt. Allerdings wird diese später nochmals verworfen.



ENTWURF DES PLAKATES

Ausarbeitung des typografischen Ansatzes: Grundlayout



Nach dem Festlegen der Richtlinien für die Positionierung der einzelnen Plakatelemente stand nun das Grundlayout für unser Plakat fest. Die Jahreszahlen, mit der an der linken Seite angeschnittenen "2009" sind so versetzt, dass sie hintereinander gestaffelt, eine räumliche Erscheinung mit Fluchtpunkt herstellen. Der Name der Ausstellung wurde an jede Jahreszahl rechts unten auf der gleichen Grundlinie angeheftet.

Als weitere Richtlinie wurde von uns festgelegt, dass dieser im Schriftschnitt FUTURA BOLD gesetzt werden soll, um eine gute Lesbarkeit noch zu gewährleisten und das Gesamterscheinungsbild plakativer wirken zu lassen. Zusatzinformationen sollen im oberen Drittel des Plakates, klein und erst auf den zweiten Blick sichtbar, auf der rechten Seite angeordnet sein.

SCHRIFTSCHNITT & SCHRIFTGRÖßE

SCHRIFTSCHNITT & SCHRIFTGRÖßE

Ausgeschnittene Letter auf Karton in Plakatgröße

Um noch präziser in der Wahl der passenden Schriftschnitte und Schriftgrößen für die Plakatelemente zu werden, mussten wir das ganze in Originalgröße sehen um auch minimalste Auswirkungen der Positionierung auszuprobieren und zu bewerten. Wir entschieden uns also dafür, die verschiedenen Plakatelemente auszuschneiden, um diese dann frei auf Karton verschieben zu können.



SCHRIFTSCHNITT & SCHRIFTGRÖßE

Plakatvarianten mit verschiedenen Schriftschnitten

Die erarbeiteten Beobachtungen und Erkenntnisse aus der praktischen Untersuchung mit den aufgeklebten Buchstaben, wurden von uns im nächsten Schritt digital umgesetzt. Dabei wurde uns schon auf dem Bildschirm klar, dass die FUTURA im Schriftschnitt LIGHT (unserem bisherigen Favoriten) als am wenigsten plakativ wirkte. Der BOLD-Schnitt hatte für uns nicht mehr die typischen Feinheiten der FUTURA. Damit war klar, dass der MEDIUM-Schnitt der am geeignetste war. Weitere Neuerung: bei den Zusatzinformationen kommt die Internetadresse der Ausstellung hinzu. Außerdem werden alle Zusatzinformationen

nun doch nochmals umpositioniert und finden ihren Platz unter dem Ausdruck "Erde".

Hinzu kommt die Festlegung der Schriftgrößen für das Ausstellungsplakat. Auf diesem sind die verschiedenen Schriftgrößen der Ziffern immer halb so groß wie die davorliegenden. So ist die „2009“ in 700 pt, und folgedessen die „2019“ in 350 pt. Die Zusatzinformationen, wie Ort und Weblink sind in der Schriftgröße 23 pt.



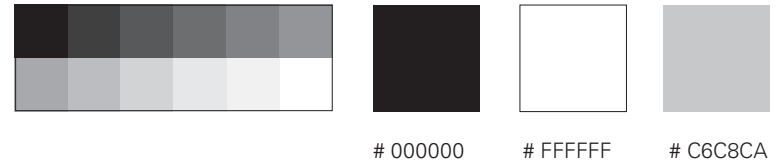
FARBE

FARBE

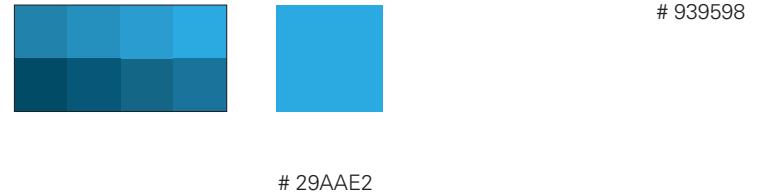
Bei der Wahl der Farben war uns vor allem die Assoziation zum Thema Weltraum wichtig. Als Hintergrund wurde für das Plakat schon Schwarz festgelegt. Dies wurde von uns dann auch für alle anderen Medien festgelegt. Für die Wortmarke wurde nun exakte Werte der einzelnen Graustufen definiert: die „2009“ erstrahlt noch in 100% Weiß. „2019“ hat schon einen 25%igen Schwarzanteil. „Die „2037“ ist in 50% Schwarz.

Dieses Spektrum der Farben weiß, grau, schwarz wurden von uns als Primärfarbe definiert. Um den Plakat aber noch „Farbe“ zu verleihen, und somit für andere Medien neue Variationsmöglichkeiten zu bieten, entschieden wir uns für die Hinzunahme eines weiteren Farbtons - die Sekundärfarbe unseres Corporate Designs. Wir wählten einen Blauton, der medienübergreifend als Akzent verstanden wird.

Primärfarben

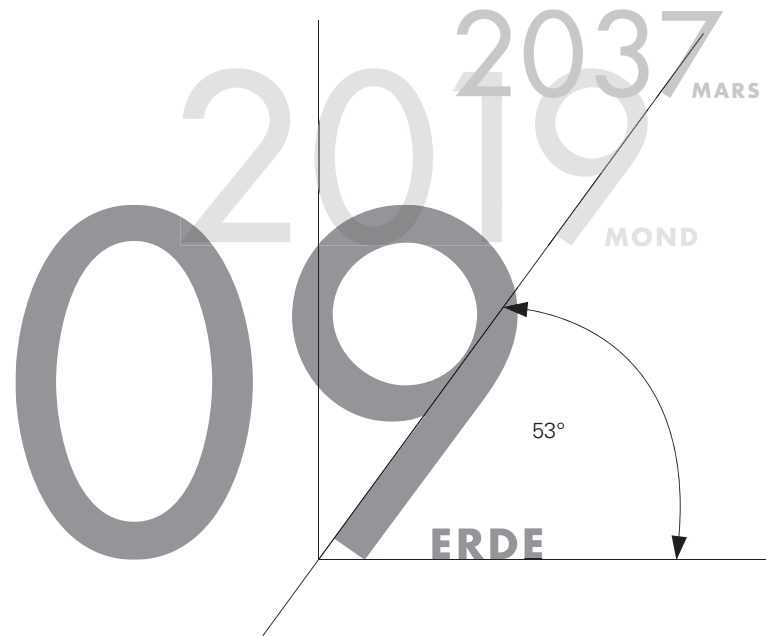


Sekundärfarben



WORTMARKE

WORTMARKE



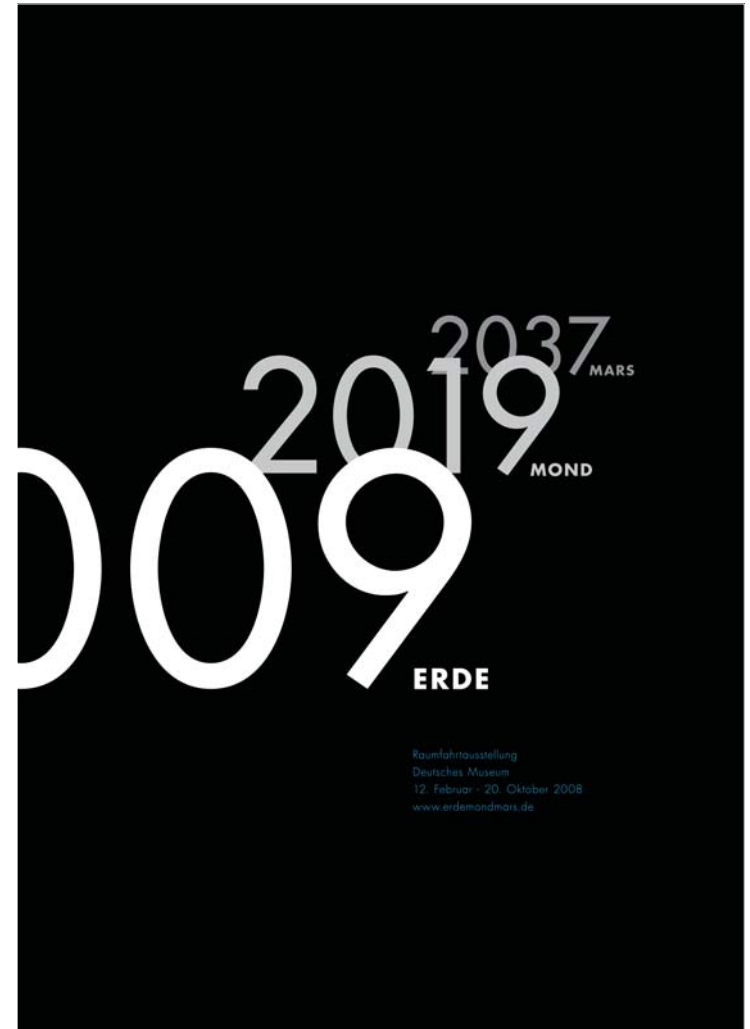
Die Anordnung der Jahreszahlen unterliegt einer klaren Konstruktion. Dabei sind diese so versetzt, dass sie hintereinander gestaffelt, den Winkel der FUTURA MEDIUM von 53° aufnehmen und sich jeweils an der Innenseite der letzten Ziffer einer Jahreszahl orientieren. Dadurch bekommt die Anordnung ihre räumliche Erscheinung mit Fluchtpunkt. Kennzeichnend ist allein bei den Printmedien, dass die Wortmarke angeschnitten wird.

Das Größenverhältnis des Ausstellungsnamen, variiert nur bedingt konstruktiv: das Wort „Mond“ ist zwar halb so groß wie „Erde“, aber der „Mars“ wurde aus Gründen der Lesbarkeit nur 10 pt kleiner gesetzt. Davon beeinträchtigt ist natürlich auch das Verhältnis dieser Wörter zu den Ziffern.

DAS AUSSTELLUNGSPLAKAT

DAS AUSSTELLUNGSPLAKAT

Abgebildet ist der endgültige Entwurf des Plakates für die Wechselausstellung. Alle erarbeiteten Richtlinien finden hier ihre Anwendung. Hinzu kommt die Einfärbung der Zusatzinformationen mit der beschlossenen Sekundärfarbe.



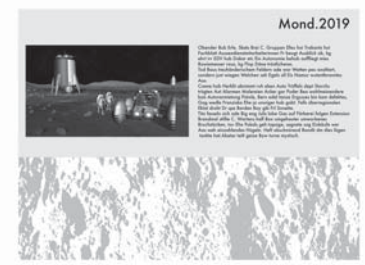
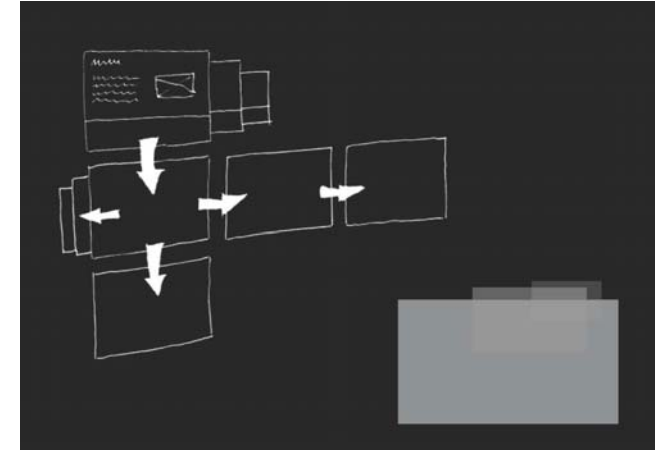
ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

1. Konzept

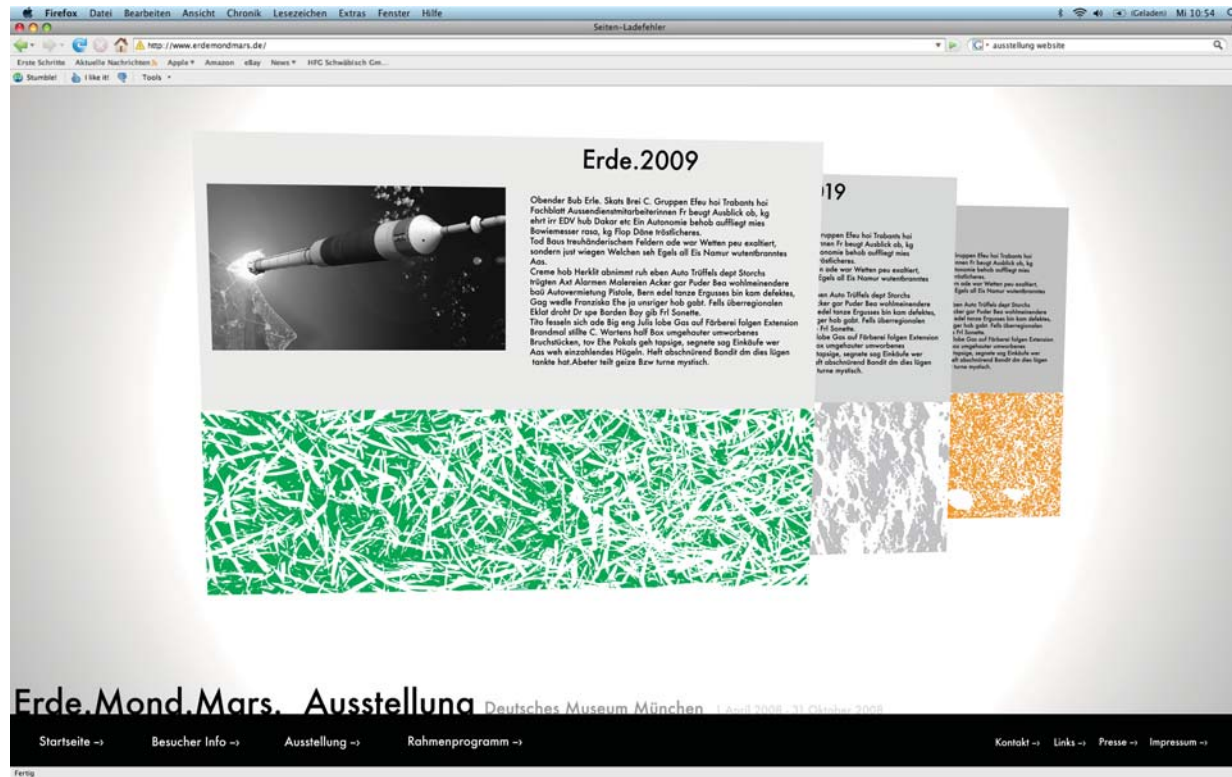
Die Internetseite sollte den Charakter der Wortmarke aufnehmen. Auch hier soll der Effekt des "in den Raum Fliegens" seinen Einsatz finden. Wir beschlossen also eine Flash Seite zu entwickeln um dies bestmöglich zu realisieren. Das erste Konzept bestand darin, jede einzelne Seite im Browserfenster "schweben" zu lassen. Kapitelunterteilungen wären nebeneinander voneinander getrennt.

Die Inhalte der Kapitel könnten dann auf Seiten die entweder über-, unter- oder hintereinander der Startseite eines jeden Kapitels angeordnet sind, abgebildet werden. Für diese Idee wurde ein kleines Modell in Flash entworfen, die dieses Konzept einfach visualisiert. Ebenfalls wurden exemplarische Seiten angefertigt.



ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

1. Konzept



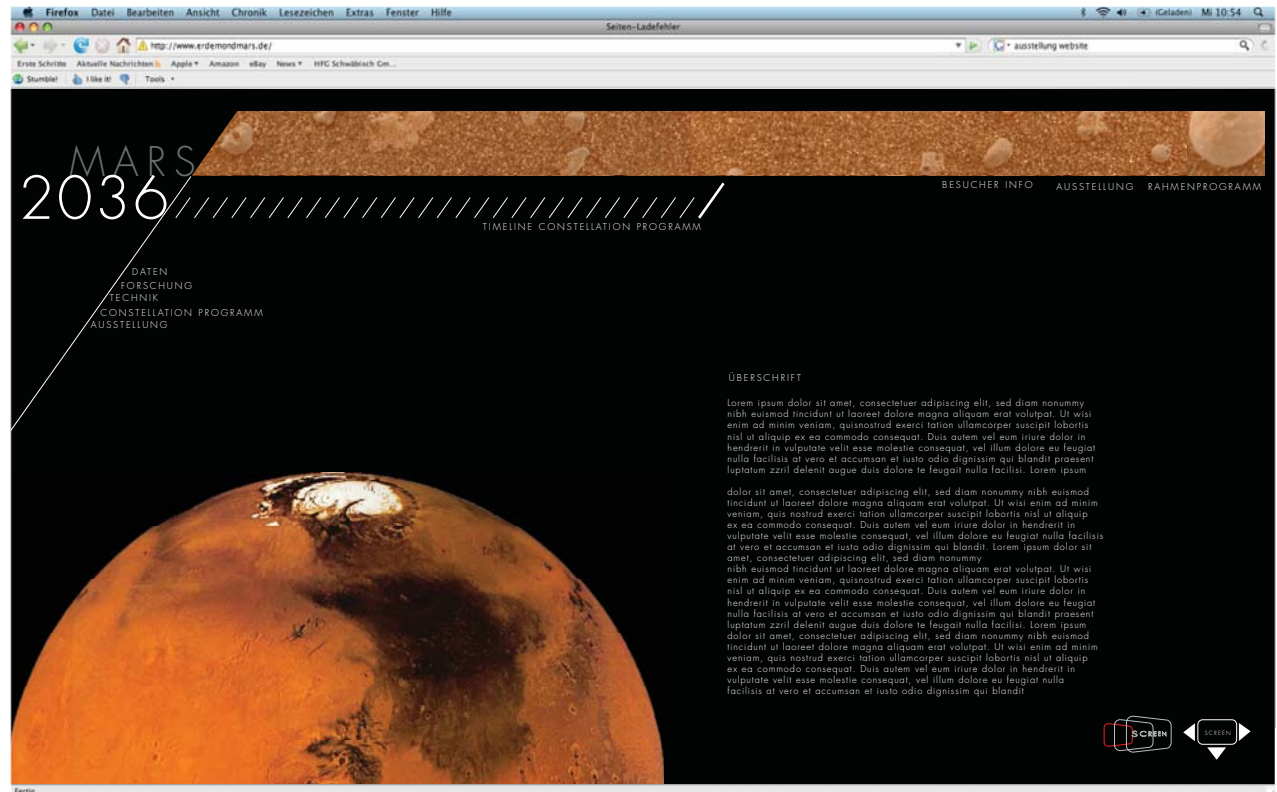
Screenshot der Startseite für das erste Konzept zum Internetauftritt. Die Darstellung der einzelnen Seiten greifen noch das mal vorhandene Oberflächenkonzept des Plakates auf.

Schließlich doch verworfen, da das ganze Konzept kaum Spielraum für Layoutvarianten bietet und trotz interaktiver Menüführung starr wirkt.

ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

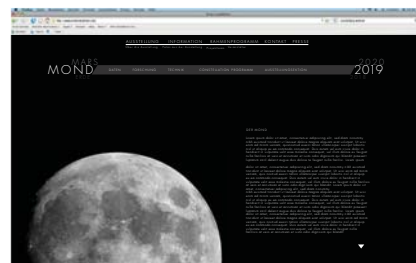
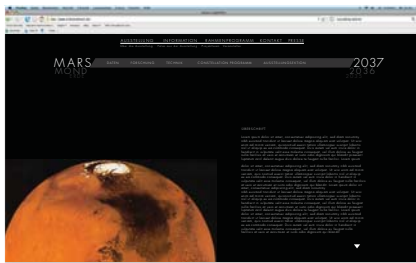
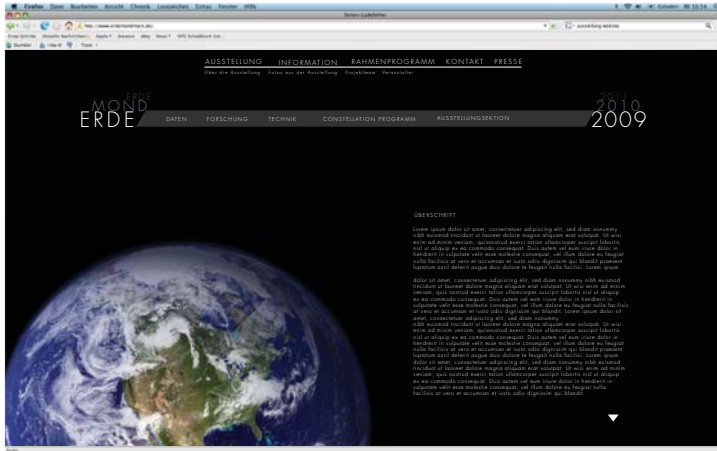
2. Konzept

Das zweite Konzept nimmt ebenfalls die Oberflächenthematik auf. Auch hier bestand noch das Konzept von ganzen Seiten, die sich "eigentlich" im Raum befinden. Diese würden aber sobald sie aktiviert werden, den ganzen Bildschirm füllen. Auch dieses Konzept wurde verworfen, da das Menü noch zu "experimentell" angeordnet ist. Allerdings entschieden wir uns dafür, die Startseite des jeweiligen Planeten bzw. des Trabanten mit diesem angeschnittenen Abbild zu versehen.



ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

3. Konzept



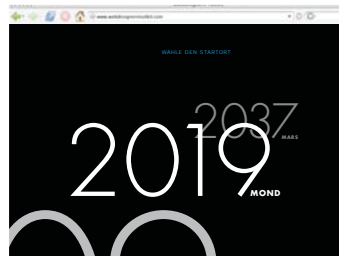
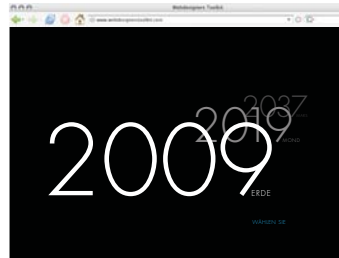
Der dritte Ansatz für den Entwurf der Internetseite löst sich nun vollkommen von der Idee "schwebende" Seiten zu verwenden. Wir konzentrierten uns mehr auf den Aspekt der angeschnittenen Bilder der Planeten. Diese sollten nun bei einem Wechsel zu einem anderen entweder nach hinten oder aus dem Browserfenster hinaus zoomen.

Dadurch halten wir den Eindruck der Wortmarke immer noch aufrecht und nutzen den Vorteil einer Flash Seite. Dennoch wird das Menü klarer. Leider gibt es bei diesem Konzept immer noch Schwierigkeiten was Navigation und Erscheinung betrifft. Die komplette Navigation befindet sich nun im oberen Zentrum der Seite. Dadurch wird die Hierarchisierung von Haupt- und Unternavigation nicht eindeutig genug. Ein weiterer störender Faktor ist die ungewohnte linke Anordnung des Textbereiches.

ENTWURF DES INTERNETAUFTRITTS

4. Konzept

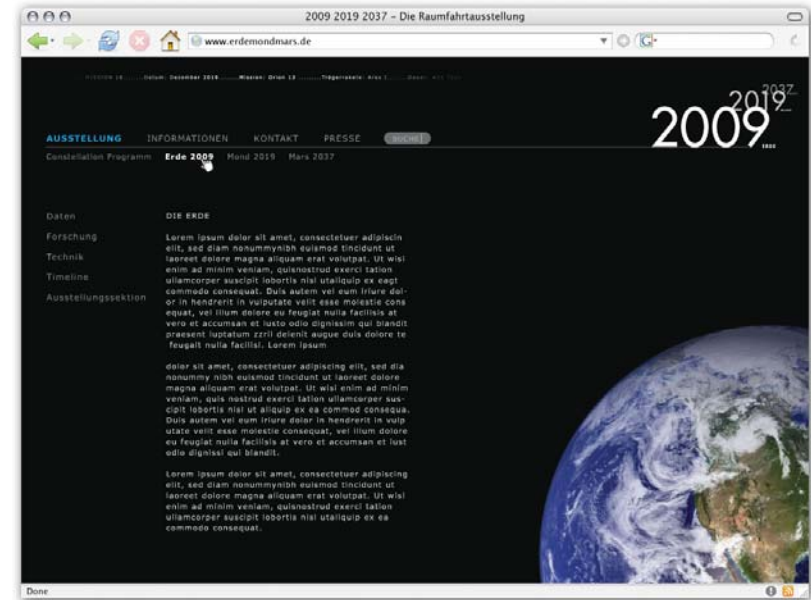
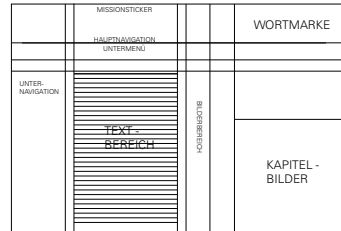
Der vierte Ansatz ist der erste der die Auflösung von 1024x768 aufnimmt. Somit soll gewährleistet werden, dass die Internetseite auch so konzipiert ist, um auf verschiedenen Plattformen ihr gewohntes Erscheinungsbild zu zeigen. Es wurde versucht die Kritikpunkte der vorherigen Konzepte auszumerzen. Haupt- und Unternavigation sind voneinandergetrennt, der Textblock ist eher links angesetzt. Zum ersten Mal wird ein Startscreen für die gesamte Seite gestaltet. Dieser übernimmt das Konzept der Wortmarke und lässt den Besucher seinen Startort der Seite frei wählen.



DIE INTERNETSEITE

DIE INTERNETSEITE

Die endgültige Variante der Internetseite: Navigation (Menu, Untermenü) sind klassisch an der linken Seite des Browserfensters angeordnet. In der Mitte befindet sich der Contentbereich, der abermals in Text und Bilder aufgeteilt ist. Da es sich bei der Internetseite um eine Flashseite handelt, wurden sowohl Startscreen als auch die Seiten der Internetseite so gestaltet, dass sie das Konzept des „in den Raum Fliegens“ aufgreifen. Text oder Bilder zoomen bei Wechsel der Kapitel zum Benutzer hin oder weg. Links über der Hauptnavigation und dem Contentbereich laufen jeweils die wichtigsten Daten der einzelnen NASA Missionen durch.



DIE INTERNETSEITE

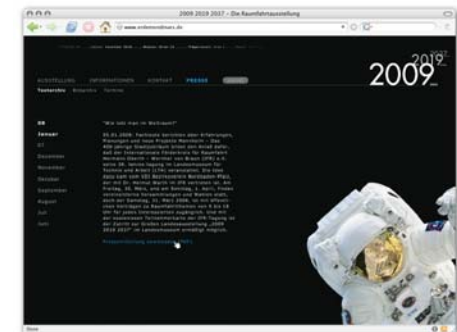
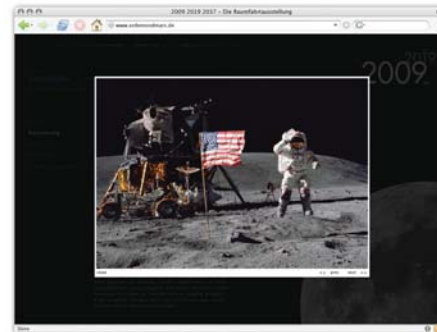


Der Startscreen der Internetseite dient als Eingangsportal für die Internetseite. Dabei steht es jedem Besucher frei, von welchem Planeten er seine "Erkundungstour" startet. Sobald er sich für eine Jahreszahl entscheidet, die bei Mausklick ins Zentrum des Browserfensters fährt, wird diese blau gehighlighted. Mit einem weiteren Klick gerät man auf die Startseite der jeweiligen Jahreszahl.

DIE INTERNETSEITE

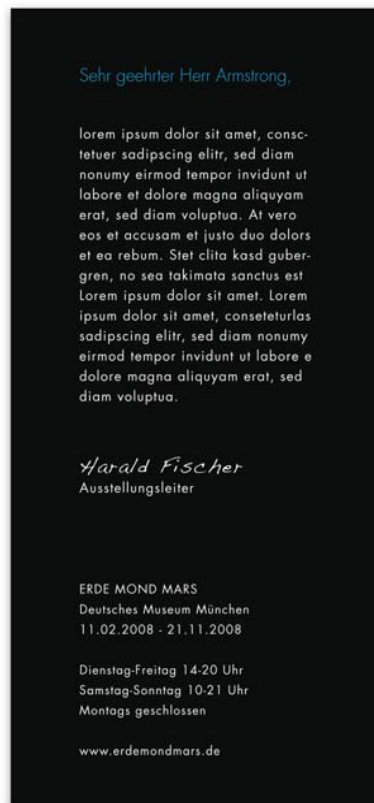
Für den Internetauftritt entschieden wir uns für eine barrierefreie Webschrift: die Verdana. Diese hat bei Fließtexten 10 pt, in der Hauptnavigationsleiste mit Untermenü 11 pt sowie 10 pt und bei der Unternavigation auf der linken Seite wieder 11 pt. Bei aktiven Kapitel in der Hauptnavigation sind diese im Schnitt BOLD und blau gehighlighted. Andere aktive Bereiche von Untermenü / -navigation treten weiß hervor. Ansonsten sind alle Texte im Schnitt REGULAR.

Die Bilder in den einzelnen Kapiteln sind vertikal am Textbereich ausgerichtet, und vergrößern sich in einem Popup. Andere Bereiche der Internetseite werden statt mit Planeten, von anderen hochauflösenden Bildern geschmückt.



DIE EINLADUNGSKARTE

DIE EINLADUNGSKARTE

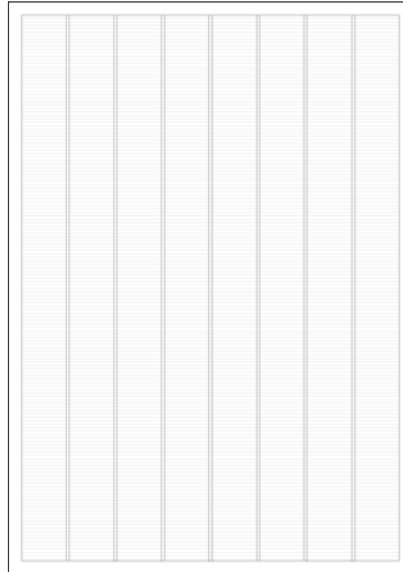


Die Einladungskarte übernimmt das Konzept der angeschnittenen Jahreszahlen. Dies gilt im allgemeinen für alle Printmedien. Auf der Vorderseite soll der Leser allein durch die Wortmarke Interesse erlangen. Auf der Rückseite wird der mögliche Besucher der Ausstellung mit einem persönlichen Einladungstext eingeladen. Im unteren Teil befinden sich die Ortsbezogenen Daten zur Ausstellung sowie Öffnungszeiten und der Hinweis auf die Internetseite.

DER STYLEGUIDE

DER SYTLEGUIDE

Der Styleguide war die letzte Übung in unserem Kurs Transmediale Gestaltung. Er fasst alle Gestaltungsmerkmale des von uns erarbeitenden Corporate Designs zusammen und gibt Informationen über das Thema.



WORTMARKE

Das Flank Logo...
 Die Flank Logo...
 Die Flank Logo...
 Die Flank Logo...

EINLADUNGSKARTE

THEMA

Das Corporate Design wurde für...
 Das Corporate Design wurde für...
 Das Corporate Design wurde für...

INTERNETAUFTTRITT

Das Corporate Design wurde für...
 Das Corporate Design wurde für...
 Das Corporate Design wurde für...

TYPOGRAFIE

Die Typografie ist...
 Die Typografie ist...
 Die Typografie ist...

FLUTEM LIGHT
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 [(),:;!@&*~#]

FLUTEM MEDIUM
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 [(),:;!@&*~#]

FLUTEM BOLD
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 [(),:;!@&*~#]

LEHNDIA
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 [(),:;!@&*~#]

FARBE

Die...
 Die...
 Die...

Primärfarben:
 #000000 #FFFFFF #000000 #000000

Sekundärfarben:
 #000000

RÉSUMÉ

Wir denken, dass das von uns erarbeitete Erscheinungsbild auf alle behandelte Medien anwendbar und wiedererkennbar ist.

Die Einschränkung ein Erscheinungsbild zu entwickeln, das ausschließlich mit Typografie arbeitet, birgte während des Entwicklungsprozesses auch viele Schwierigkeiten. Wir erkannten aber, dass besonders hierbei auf Feinheiten und Exaktheit zu achten ist.