Table of Contents

GL 2 3
Prelude: Housekeeping & Organisatorisches 3
Besprechung der Hausaufgaben 3
Overture: Corporate Design 4
Hausaufgaben (bis 04. Oktober) 5

GL 2

Grundlagen der Gestaltung 2

Prof. Felix Beck, Julia Wand (Tutorin)
Montag, 27. September 2021

Prelude: Housekeeping & Organisatorisches

1. Überblick zum heutigen Ablauf
2. Anwesenheitsliste checken
3. Wer will anstelle des “analogen” Workbook (PDF der druckfähigen Datei) ein “digitales” Workbook (*Grav* oder *Wordpress*) zur Präsentation der Zwischenstände?

Besprechung der Hausaufgaben

Neben den gestalterischen Fingerübungen, die die letzte Aufgabe mit sich brachte, geht es an dieser Stelle auch um das Einüben und Verstehen bestimmter Fragestellungen im Kontext der Selbstwahrnehmung und letztendlich der *Corporate Identity*.

- Wie sehen wir uns?
- Wie werden wir von anderen gesehen?
- Wie würden wir uns gerne sehen?
- Wie wollen wir von anderen gesehen werden?
- Wie würden die anderen uns gerne sehen?

Oben genannte Fragestellungen sind ein guter Anfangspunkt. Wir wollen sehen inwiefern diese Fragen durch die einzelnen *Bands* beantwortet werden können…

1. Die **Moodboards** werden anonym nebeneinander dargestellt. Die Gruppe versucht nun diese den einzelnen Musikrichtungen zu zuordnen. Sobald die Zuordnung erfolgt werden die entsprechenden Tonbeispiele abgespielt.
    - Besprechung wichtiger Punkte:
        - Beispiele von Moodboards: Felix Pinterest Board
        - Sinn und Zweck eines Moodboards (Günstiger und effizienter Weg für Abstimmungen zu Beginn eines Projektes (Entwicklung), *Look & Feel* ⇒ Darstellung von Gefühlswelten, wenn verbale Beschreibung nicht ausreicht (Anmutungsqualitäten), bewusst *frei* gestaltet, Startpunkt für Diskussionen und Abstimmung nächster Schritte: Überprüfung, Differenzierung von Konzepten)
        - Arten der Darstellung: Angemessenheit, sorgfältiges Auswählen der Motive (Fotos, Illustrationen, Beispielsmaterialien, Farbbeispiele, Typografiebeispiele,…), frei/wild collagiert vs. tabellarische Anordnung
2. Im nächsten Schritt werden die **Wordclouds** vorgestellt und kurz erläutert. (Beispiele in diesem Pinterestboard),
3. Die **Plattencover** werden vorgestellt (darin sichtbar **Bandname** und **Logo**) und die Vorgehensweise erläutert. Wie war der Prozess? Wie hat sich das Team abgestimmt und

geeinigt? Welches Tools wurden benutzt?…

Vormittags:

Finnish Polka	Rhythm & Blues (R&B)	Latin Pop	Raggamuffin
Band 1	Band 2	Band 3	Band 4

Nachmittags:

Acapella Gesangsquartett	Goa Trance	Melodic Death Metal	Girl Ska Punk
Band 5	Band 6	Band 7	Band 8

Pause 15 min

Overture: Corporate Design

- **Corporate Identity** (CI): Stichpunkte aus Buch durchsprechen, Vermittlung der Identität nach innen und außen durch:
  1. **Corporate Design** (CD) = das Erscheinungsbild (Beispiel Corporate Design Manual 'Dhakira Center for Heritage Studies'). Corporate Design ist Form, aber kein Inhalt! Wird geprägt von konstanten Gestaltungselementen, wie:
     - **Logo** weckt Aufmerksamkeit, hat Signalwirkung, es informiert, hat Erinnerungswert, ästhetischen Wert, eigenständig, langlebig. Es kann variiert und in unterschiedlichen Medien und Vorlagen verwendet werden.
       - Bildmarke ⇒ *Symbol* mit hervorgehobener Stellung (z.B. Mercedes Stern, Opel Blitz, Lacoste, Apple, …)
       - Wortmarke ⇒ *Firmenschriftzug* als grafisch gestaltete Form den Namen eines Unternehmens zu schreiben
       - Kombinierte Marke ⇒ Verbindung von Wort- und Bildmarke (z.B. Adidas,…)
     - **Hausfarben**. Kurzer Test: Welche Firmen stehen für folgende Farben?
     - **Hausschriften** (sollten möglichst zeitlos sein)
     - typografisch gestaltete Form des Slogans
     - Gestaltungsraster (Einsatz von Gestaltungskonstanten, die sich im Kommunikationsdesign, aber auch im Produktdesign oder Architekturdesign)
     - weiteren stilistischen Sollvorgaben für Abbildungen, Fotos, Illustrationselementen,…
  2. die Kommunikation (**Corporate Communications**): Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring,…
  3. das Verhalten (**Corporate Behaviour**): Aus Worten werden Taten! Handeln und Verhalten gegenüber Mitarbeitern, Marktpartnern, Aktionären, Geldgebern, … Staat, Öffentlichkeit, Umwelt.

- Lehrende der MSD im Fach Kommunikationsdesign:
  - Prof. Gisela Grosse ⇒ Corporate Culture, Logo, Branding, Awareness Kampagnen, uvm.
  - Prof. Claudia Grönebaum ⇒ Ausstellungsdesign, Leit- und Orientierungsdesign, uvm.

- Prof. Daniel Braun ⇒ Corporate Design, Informationsdesign, Design-Strategie, Editorial Design, User Experience Design, Interaction Design, uvm.
- Prof. Quass von Deyen ⇒ Corporate Communication, Brand Communication, Editorial Design, uvm.

Hausaufgaben (bis 04. Oktober)

1. Radio Gaga 02: Animiertes Gif
2. Lesen des Webartikels zu Grundlegenden Animationstechniken [1)]

[1)]
e-teaching.org – E-Portal des Leibniz-Instituts für Wissensmedien (IWM) Tübingen

From:
https://hardmood.info/ - **hardmood.info**

Permanent link:
https://hardmood.info/doku.php/27_09_21?rev=1632059260

Last update: **2024/06/28 19:08**