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

In der Hausaufgabe geht es 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 dabei 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=1632490825

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