Mediendesign 1

WS 2015/16

- Dokumentation der Semesterarbeit -

Comeet

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| **Thomas Krieger**  **Matrikel-Nr.: 257510** | **Marileen Stamer Matrikel-Nr.: 258234** | **Torsten Garding**  **Matrikel-Nr.: 257523** |
|  |  |  |

Inhaltsverzeichnis

[1. Einführung 1](#_Toc439702654)

[1.1 Aufgabenstellung / Projektbeschreibung 1](#_Toc439702655)

[1.2 Funktionen von Comeet 1](#_Toc439702656)

[1.3 Zusätzliche Ziele 1](#_Toc439702657)

[1.4 Verwendete Technologien 2](#_Toc439702658)

[1.5 Zielumgebung 2](#_Toc439702659)

[1.6 Entwicklungssystem 2](#_Toc439702660)

[2. Entwicklung 3](#_Toc439702661)

[2.1 Verzeichnisstruktur 3](#_Toc439702662)

[2.2 Design 3](#_Toc439702663)

[2.3 Datenbank 4](#_Toc439702664)

[2.4 Funktion 4](#_Toc439702665)

[2.5 Background-Engine 5](#_Toc439702666)

[3. Implementierung 7](#_Toc439702667)

[3.1 Abweichungen vom Entwurf 7](#_Toc439702669)

[3.2 Programmlogik 8](#_Toc439702672)

[3.3 Einschränkungen und Features 8](#_Toc439702673)

[3.4 Quellcode 8](#_Toc439702674)

1. Einführung

Als Semesteraufgabe im WS2015/16 soll im Modul Webprogrammierung eine Webanwendung zur selbstorganisierten Eventplanung entwickelt werden. System sowie Inhaltsgestaltung sind für die Studenten relativ frei wählbar.

1.1 Projektbeschreibung

Comeet stellt eine Anwendung dar, mit welcher registrierte Benutzer eigene Events/Veranstaltungen anlegen können. Dazu können neue Kontakte per E-Mail oder andere registrierte Benutzer direkt eingeladen werden. Die Benutzer können ebenfalls die Events ihrer Kontakte sehen, sowie ihre eigenen Events verwalten.

* Nutzer können sich registrieren
* Registrierte Nutzer können sich einloggen
* Eingeloggte Nutzer können:
  + Events anlegen
  + Events bearbeiten
  + Ihr Profil bearbeiten
  + Ihre Kontaktliste anzeigen und verwalten
  + Freunde zu ihren Events einladen
  + An Events zu denen sie eingeladen sind, teilnehmen
  + Ihren Teilnahmestatus jederzeit ändern
  + Sich aktiv an der Planung beteiligen (Mitbringliste)
* Per E-Mail eingeladene Kontakte können ihre Eventteilnahme bestätigen oder absagen

1.2 Funktionen von Comeet

Diese Uhr ist – wie der Slogan schon sagt – nicht für den Standard gedacht. Sie ist anders, hat ein besonderes Design und ein paar technische Gimmicks, mit denen man technik-versierten Personen eine Freude machen kann. Zielgruppe sind daher in erster Linie Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 15 und 35, die Spaß an neuer Technik haben.

1.3 Zusätzliche Ziele

Als Publikationsmedium zur Platzierung einer Anzeige für diese Armbanduhr ist das Magazin „Game Star“ prädestiniert, aber auch andere wie „Computer Bild“, „PC Games“ und viele andere Magazine dieser Sparte, die sich überwiegend an das jüngere Publikum wenden. Es wäre aber auch vorstellbar, dass diese Uhr bei der Zielgruppe der Magazine „SFT“ (Spiele, Filme, Technik) oder „Widescreen“ Zuspruch findet.

1.4 Verwendete Technologien

Um eine möglichst hohe Geschwindigkeit beim Erfassen der Anzeige zu erreichen, ist die Armbanduhr überdurchschnittlich groß im Mittelpunkt der Anzeige positioniert. Hier wurden bewusst auf viele Informationen verzichtet, um beim Leser Neugierde zu wecken. Es sind zwar in der Fußzeile weitere Angaben zur Webseite vorhanden, aber dem jungen Trend folgend wurde ebenso ein QR-Code implementiert, der es dem Leser einfach macht, schnell und bequem per Smartphone oder Tablet auf die gewünschte Internet-Seite zu gelangen und sich dort weitere Informationen zum Produkt zu holen.

1.5 Zielumgebung

Eine Vorgabe zur Gestaltung der Anzeige war, nur eine Buntfarbe zu verwenden. Das hierbei gewählte Schwarz mit Farbverlauf schiebt mit dem im Zentrum heller werdenden Farbton die Uhr dabei in den Vordergrund. Die Bildränder sind dunkler gehalten und bieten so einen guten Kontrast für die Überschrift und die Fußzeile. In der Farbpsychologie symbolisiert schwarz neben den negativen Assoziationen wie Tod und Trauer vor allem aber auch Modernität, Konservativität und Funktionalität. Obgleich die Armbanduhr alles andere als konservativ ist, wirkt sie definitiv modern und funktional.

1.6 Entwicklungssystem

Als Schriftart für die Anzeige kommt aus dem Klassifizierungssystem nach DIN 16518 die „Georgia“ aus der Familie der Barock-Antiqua Schriftarten zum Einsatz. Georgia wurde 1996 von Matthew Carter für Microsoft entworfen. Diese moderne Barock-Antiqua zeichnet sich durch Ebenmäßigkeit und Harmonie aus und wurde speziell für klare Darstellung und optimale Lesbarkeit auf Computerbildschirmen entwickelt. Dieses Ziel wurde unter anderem durch das Hinting von Tom Rickner und die große X-Höhe erreicht. Die proportionale Schriftart mit Serifen verfügt darüber hinaus über einen echten Kursivschnitt. Stilistisch ist die Georgia angelehnt an die Schriften, die im englischen Sprachraum als Scotch Roman zusammengefasst werden. Im Jahre 2006 erlebte die Georgia eine Wiederbelebung im Internet, vor allem durch die Nutzung in Blogs. Auch die Internetauftritte der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der New York Times verwenden sie.

Da diese Schriftart im Branding der Uhr verwendet wird, findet sie ebenso Anwendung auf der Anzeige, in der Kopfzeile jedoch in kursiver Form, was der Schrift einen sportlichen und jungen Charakter verleihen soll.

2. Entwicklung

Bei der zweiten Semesteraufgabe sollte für ein Unternehmen, die Industriell-Technische Dienstleistungen GmbH, eine Corporate Identity entworfen werden, die sich im Rahmen der Aufgabe konkret in Form eines Firmenlogos, eines Formbriefes sowie der Visitenkarten widerspiegelt.

2.1 Verzeichnisstruktur

Das Logo wurde als Quadrat (eigentlich kreisförmig) entworfen und bietet so den flexiblen Einsatz sowohl horizontal (für Visitenkarten, Briefköpfe, etc.) als auch vertikal (z.B. Fahnen). Es ist einerseits einfach gehalten – ein umschließender Pfeil – der seinerseits jedoch schattiert und mit einem Farbverlauf versehen ist. Der Pfeil suggeriert einen umfassenden bzw. umschließenden Service, die Pfeilspitze zeigt leicht nach oben, was auf einen positiven Verlauf darstellt. Das Unternehmen versteht sich als Dienstleister, bei dem sich der Kunde wohl fühlt und seine Anforderungen umfassend erfüllt werden. Nebst der vollumfänglichen Erfüllung der Aufgabe wird der Auftrag auch möglichst Umweltschonend durchgeführt. Der Kunde soll abschließend zu 100% Zufrieden sein und es nicht bereuen müssen, sich für diesen Dienstleister entschieden zu haben. In der Mitte findet man die Initialen „itD“ – Lediglich das D ist großgeschrieben, da es sich hier um Dienstleistungen handelt – ein großes IT hätte unter Umständen auf Informationstechnik schließen lassen können, dies wurde mit einem kleinen „it“ umgangen.

2.2 Design

Der Formbrief hält sich an die Vorgaben der DIN-5008. Die Norm DIN 5008 legt Schreib- und Gestaltungsregeln für die Textverarbeitung fest. Sie gehört zu den grundlegenden Normen für Arbeiten im Büro- und Verwaltungsbereich. Die Norm wird heute vom nationalen Gremium Normenausschuss Informationstechnik und Anwendungen – Fachbereich Bürotechnik, Bankwesen und elektronisches Geschäftswesen erarbeitet und erlassen. Bis 1996 berücksichtigte die DIN 5008 ausnahmslos das Schreiben mit der Schreibmaschine; seit der Neufassung von 1996 sind auch die Gestaltungsmöglichkeiten mit PC-Textverarbeitungsprogrammen Gegenstand der Norm. Die Regeln für den Briefvordruck bzw. die Briefvorlage sind auf das Papierformat A4 (210 × 297 mm) abgestimmt. Unterschieden werden die Form A mit hochgestelltem Anschrift Feld (32 mm unter der oberen Blattkante) und Form B mit tiefgestelltem Anschrift Feld (50 mm unter der oberen Blattkante). Über diese grundsätzlichen Angaben hinaus nennt und zeigt die Norm Größe und Positionen für Vordruckteile wie Briefkopf, Anschrift Feld, Faltmarken usw.

Der Briefkopf des Formbriefes beinhaltet rechts das Logo sowie die Kontaktdaten des Unternehmens. Am rechten Rand sind Alle notwendigen Daten zu finden wie Vorgang (oder auch Auftragsnummer etc.), der Ansprechpartner sowie Kontaktinformationen und das Daten des Verfassens des Dokuments. Das Adressfeld ist so positioniert, dass es nach dem Falten in einem Briefumschlag mit Fenster sowohl Absender als auch Anschrift optimal freigibt. Die Fußzeile beinhaltet alle notwendigen Angaben zum Unternehmen selbst, wie komplett ausgeschriebener Name, Anschrift, Telefon- und Faxnummer, Webseite und generelle email-Adresse, Bankverbindung und Handelsregister.

Als Schriftart wird durchgängig Arial verwendet. Absender, Beschriftungen und Fußzeile werden dabei in der Größe 8 Punkt verwendet, der eigentliche Fließtext sowie informelle Angaben in 10 Punkt.

2.3 Datenbank

Die Visitenkarte hebt zwei Dinge hervor: das Logo des Unternehmens, welches rechtsbündig am Rand platziert ist und den Namen des Kontakts. Der Name nimmt dabei den größten Platz ein, ist in Fett und großen Buchstaben geschrieben, dadurch zieht er die Aufmerksamkeit auf sich – die Schriftgröße ist hier 11 Punkt. Unter dem Namen stehen Funktion in kursiver Schriftform, Anschrift, und Telefonnummer in Kursiv. Der Wechsel zwischen normal und kursiv unterteilt die Zeilen in eigene Abschnitte, Schriftgröße ist für alle Zeilen 8 Punkt. Für die gesamte Visitenkarte wird – mit Ausnahme des Unternehmens-Logos – die Schriftart „Book Antiqua“ verwendet. Als kleiner Zusatz ist am Kopf der Visitenkarte in grauer Farbe, großen Lettern und in Schriftgröße 7 Punkt der ausgeschriebene Name des Unternehmens. Auch wenn es nur mehr als Nebeninformation dient, so wirkt diese Schrift solide und standhaft.

2.4 Funktion

Als Hauptfarbe des Logos wurde die Farbe Grün gewählt:

RGB: 51, 170, 51; CMYK: 70%, 0%, 70%, 33%

In der Farbpsychologie symbolisiert die Farbe Natürlichkeit, Frühling, Hoffnung, Zuversicht, Sicherheit, Harmonie, Frische, Gesundheit und Jugend. Grün ist die Natur, und ein genauso grünes Denken wird mit dieser Firma suggeriert. Als Dienstleister schafft man Hoffnung und Zuversicht Probleme gelöst zu bekommen, wirkt dabei jung und dynamisch, und verwendet bei der Lösung umweltbewusst Betriebsmittel. Man setzt auf eine harmonievolle Zusammenarbeit, schafft Sicherheit beim Arbeitsablauf.

Als Schattierung im Logo wird unterstützend die Farbe Grau verwendet:

RGB: 204, 213, 204; CMYK: 4%, 0%, 4%, 16%

In der Farbpsychologie ist Grau die Farbe vollkommener Neutralität, Vorsicht, Zurückhaltung und Kompromissbereitschaft. Im Zusammenspiel mit dem Logo schafft sie dadurch aber etwas modernes, es wirkt optisch aufwertend.

Die Initialen des Unternehmens sind in Schwarz geschrieben:

RGB: 0, 0, 0; CMYK: 0%, 0%, 0%, 100%

Schwarz ist neben seinen negativen Assoziationen auch ein Ausdruck von Würde sowie Ansehen und hat einen besonders feierlichen Charakter. In der Farbtherapie bietet schwarz seelisch einen festen Halt und das Gefühl von Stärke. Die Initialen des Unternehmens befinden sich in der Mitte des Logos und vermitteln den Eindruck eines vollkommen zufriedenstellenden Dienstleisters bei dem man sich sicher fühlen kann.

2.5 Background-Engine

Als Hausschriftart für das Unternehmen wird „Arial“ verwendet. Arial ist eine Groteskschrift, die von den Schriftgestaltern Robin Nicholas und Patricia Saunders 1982 für Monotype geschaffen wurde, um eine auf niedrigauflösenden Monitoren besser lesbare Alternative zur verbreiteten Helvetica von Max Miedinger zu bieten. Arial ist charakterisiert durch große Mittellängen und einfache Formen ohne Serifen. Große Verbreitung fand die Schrift, weil sie bei Microsoft Windows seit der Version 3.1 standardmäßig mitgeliefert wird. Arial wurde nicht, wie oft behauptet, als direkte Kopie der Helvetica erstellt, stattdessen formte man die Schrift Grotesque 215 von Monotype so um, dass sie den Metriken der Helvetica entsprach. Arial und Helvetica gleichen sich daher zwar geometrisch, ihre jeweiligen Schriftbilder sind jedoch für das geschulte Auge leicht zu unterscheiden.

Arial wurde in erster Linie für den Bildschirm entworfen, eignet sich aber genauso gut im Print. Es ist eine klare und leicht zu lesende Schrift. Sie bietet außerdem die Möglichkeit einer späteren einfachen digitalen Weiterverarbeitung von Drucksachen. Ebenso ist sie als eine der Standardschriftarten auf allen gängigen Medien wie Internetauftritte, eMails etc. vorhanden und einsetzbar.

Davon abweichend wird für die Visitenkarten die Schriftart „Book Antiqua“ verwendet. Diese Schriftart von Monotype ist im Grunde eine Kopie der Schriftart „Palatino“. Die Schriftart Palatino ist eine Französische Renaissance-Antiqua, die 1949 von Hermann Zapf in einem Probegrad für die D. Stempel AG in Frankfurt am Main entworfen und für das Buch Von der dreifachen Ehrfurcht, Gedanken Goethes über Erziehung zu edlem Menschentum zum 200. Geburtstag Goethes eingesetzt wurde. Ende 1950 erschien sie in den Schriftgraden normal, kursiv und halbfett sowohl für Handsatz wie auch für den Linotype-Satz. Ein leichter Schnitt wurde 1952 als Aldus-Buchschrift veröffentlicht. Zapf galt bereits 1990 als eines der meistgeschädigten Opfer der weltweiten Typographie-Piraterie nach dem Zweiten Weltkrieg. Neben der ursprünglichen Fassung von Linotype wird die Palatino auch als Imitation von anderen Schrifthäusern angeboten, die Abweichungen vom Schriftbild aufweisen. Beispiele für diese Praxis: bei Bitstream heißt sie Zapf Calligraphic 801, bei Softmaker Palazzo, bei URW Palladio, bei Elsner+Flake Scangraphic Parlament und bei Monotype Book Antiqua. Die Palatino gehört seit dem Erscheinen von MacOS 7.0 im Jahr 1991 zum Schriftumfang des Apple-Betriebssystems. Auf Windows ist das von Hermann Zapf nicht autorisierte Palatino-Imitat Book Antiqua seit 1993 Teil des Lieferumfanges von Microsoft Office. Erst mit den Betriebssystemen Windows 2000, Windows XP und Windows Vista ist auch dort eine von Zapf autorisierte Version, die Palatino Linotype mit kyrillischen und griechischen Zeichen integriert.

3. Implementierung

Bei der dritten Semesteraufgabe soll ein Leporello auf einem Din-A 4 Blatt (Vorder- und Rückseite) für eine Ausstellung in einem Kunstmuseum gestaltet werden. Dabei soll das Thema vorgestellt werden, ebenso die Namen der bis zu drei Künstler, die ausstellen. Es soll eine Kunstperiode festgelegt werden und diese als ästhetischen Hintergrund des Leporellos verwendet werden. Es kann wahlweise Zickzack Falz oder Wickelfalz verwendet werden.

3.1 Abweichungen vom Entwurf

Das Thema der Kunstausstellung sind Manga. Das Wort kommt aus dem japanischen und bedeutet etwas wie „zwangloses, ungezügeltes Bild“. Als Begriff steht er in Japan für Comics, außerhalb Japans wird er im fachwissenschaftlichen Sinne für aus Japan stammende Comics benutzt. Ähnlich wie der westliche Begriff Comic ist auch Manga in seiner Bedeutung eher unscharf und schließt neben statischen Bildergeschichten, kurzen Comic Strips und Karikaturen, auch Zeichentrickfilme mit ein. Um sie besser von Comics in Buchform unterscheiden zu können, hat sich für japanische Zeichentrickfilme jedoch weltweit die Verwendung des Fachwortes Anime durchgesetzt. Im Herbst 2000 erkannte die japanische Regierung Manga und Anime offiziell als eigenständige, förderungswürdige Kunstform an.

Die ältesten bekannten Vorläufer der japanischen Comic-Kunst sind Zeichnungen und Karikaturen aus dem frühen 8. Jahrhundert, die im Jahr 1935 bei Restaurierungsarbeiten am Hōryū-Tempel in Nara auf der Rückseite von Deckenbalken entdeckt wurden.

Mangaka, oder auch Manga-ka, sind professionell für einen Manga-Verlag arbeitende Manga-Autoren. Der Begriff setzt sich zusammen aus dem Wort Manga für japanische Comics und der Endung -ka im Sinne von „Macher“ oder „Schöpfer“. Die meisten Mangaka zeichnen ihre Geschichten nicht nur, sondern schreiben auch den dazugehörigen Text. In Japan sind Mangaka eine eigene Berufsgruppe. Drei der bekanntesten Mangaka waren Osamu Tezuka, Shōtarō Ishinomori und Fujio Akatsuka, welche maßgeblich zum Erfolg der heutigen Manga beigetragen haben.

3.2 Programmlogik

An oberster Stelle steht das Thema in großer Schrift, sodass dem Betrachter sofort klar wird, worum es geht – Manga. Das Bild darunter soll bildlich demonstrieren worum es geht, da gerade ältere Generationen mit dem Begriff nicht unbedingt etwas anfangen können. Da das Bild aber die größte Fläche einnimmt wird dem Betrachter das Thema vermittelt. Unter dem Bild wird das ausstellende Museum erwähnt, sodass dem Betrachter ohne weitere Erläuterung klar wird, dass es sich um eine Ausstellung handeln muss.

Das Titelbild selbst ist ein Fan-Art von Hendranto Pratama aus Indonesien, welches perfekt zum Thema passt.

3.3 Einschränkungen und Features

Das Layout ist entsprechend dem üblichen Manga schlicht gehalten – alles ist schwarz/weiß, lediglich der Titel ist rot. Gearbeitet wird mit Textboxen, die eine klare Gliederung der einzelnen Abschnitte darstellen. Jeder Künstler hat seinen eigenen Abschnitt, indem kurz etwas über die Vergangenheit des jeweiligen berichtet wird. Als Falztechnik wird der Wickelfalz versendet, sodass nach dem Öffnen des Deckblatts der Hintergrund zum Thema sichtbar wird. Hier kann sich der Leser über den Hintergrund der Ausstellung informieren, öffnet er das Leporello ganz, so wird er die drei Künstler nebeneinander beschrieben vorfinden. Auf der Rückseite befinden sich alle notwendigen Informationen für den interessierten an diese Ausstellung: Komplette Anschrift des Museums, Öffnungszeiten inklusive Ausstellungszeitraum, Eintrittspreise, Verkehrsanbindungen und eine kleine Grafik zum Standort für eine bessere Orientierung vor Ort. Dem heutigen Trend folgend gibt es ebenso einen QR-Code, den der interessierte mit seinem Smartphone scannen kann und mit diesem direkt auf die Webseite des Museums geleitet wird.

3.4 Quellcode

Die Farben sind Manga-Typisch einfach gehalten. Der Hintergrund ist weiß, die Schrift schwarz. Der Titel hebt sich durch sein Rot hervor, ebenso sind die Überschriften auf der Rückseite in Rot.

Text: RGB: 0, 0, 0; CMYK: 0%, 0%, 0%, 100%

Titel: RGB: 255, 0, 0; CMYK: 0%, 100%, 100%, 0%

Hintergrund: 255, 255, 255; CMYK: 0%, 0%, 0%, 0%