



Booklet

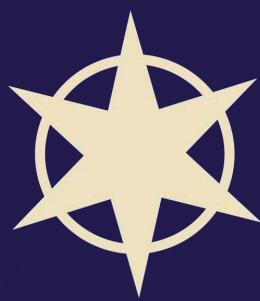
EGES WiSe 23/24

Elisabeth Gehdt

Matrikelnummer: 1378717

Veritate

Veritate ist lateinisch für „Wahrheit“. Der Rote Riese ist der 14. Stern im Sternbild Andromeda mit einer Entfernung von 249 Lichtjahren. Er ist hell genug, um ihn mit bloßem Auge zu erkennen.



Andromeda



Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Hilfsmittel als die angegeben verwendet habe.

Insbesondere versichere Ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Elisabeth Gehdt

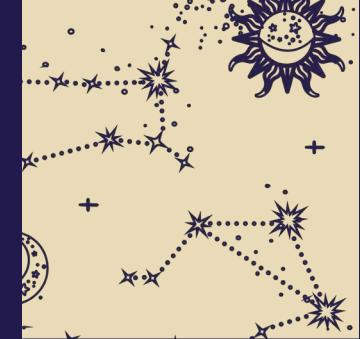
Wiesbaden, der 9. Februar 2024

Imperial Zeichniss





32



P01

Referat

P02

Vorlesungsdokumentation

P03

Ideenfindung

P04

Photo-Scrabble

P05

Farbkreis

Farbkomposition

P06

Anzeige

P07

Buchcover-Farbkontraste

10

20

32

42

48

56

62

P08

Schrift-Inszenierung

P09

Plakat-Anzeige

P10

Satz

P11

Layout

P12

Geldscheine

P13

Logo

Geschäftsausstattung

P14

Booklet

70

76

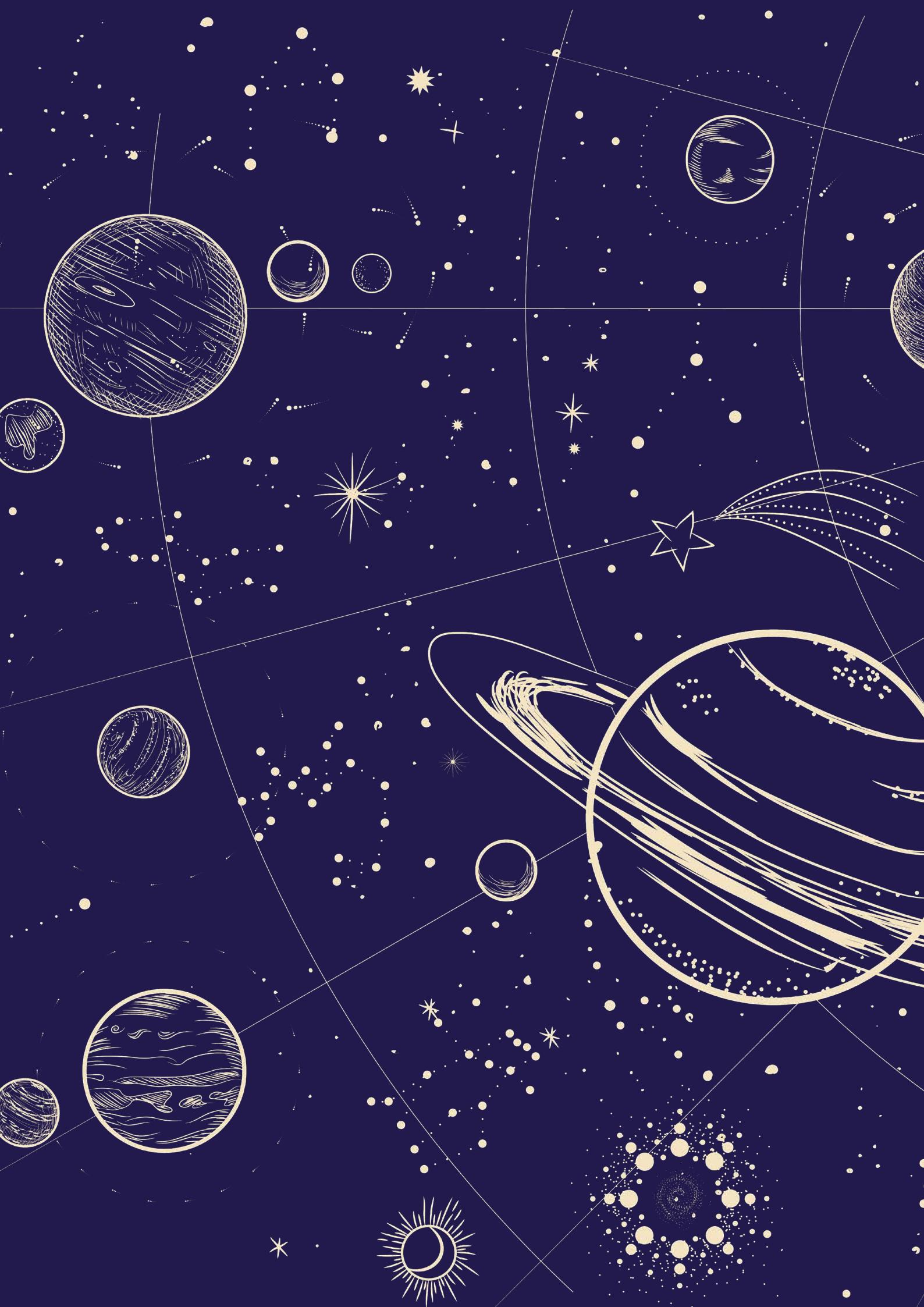
86

94

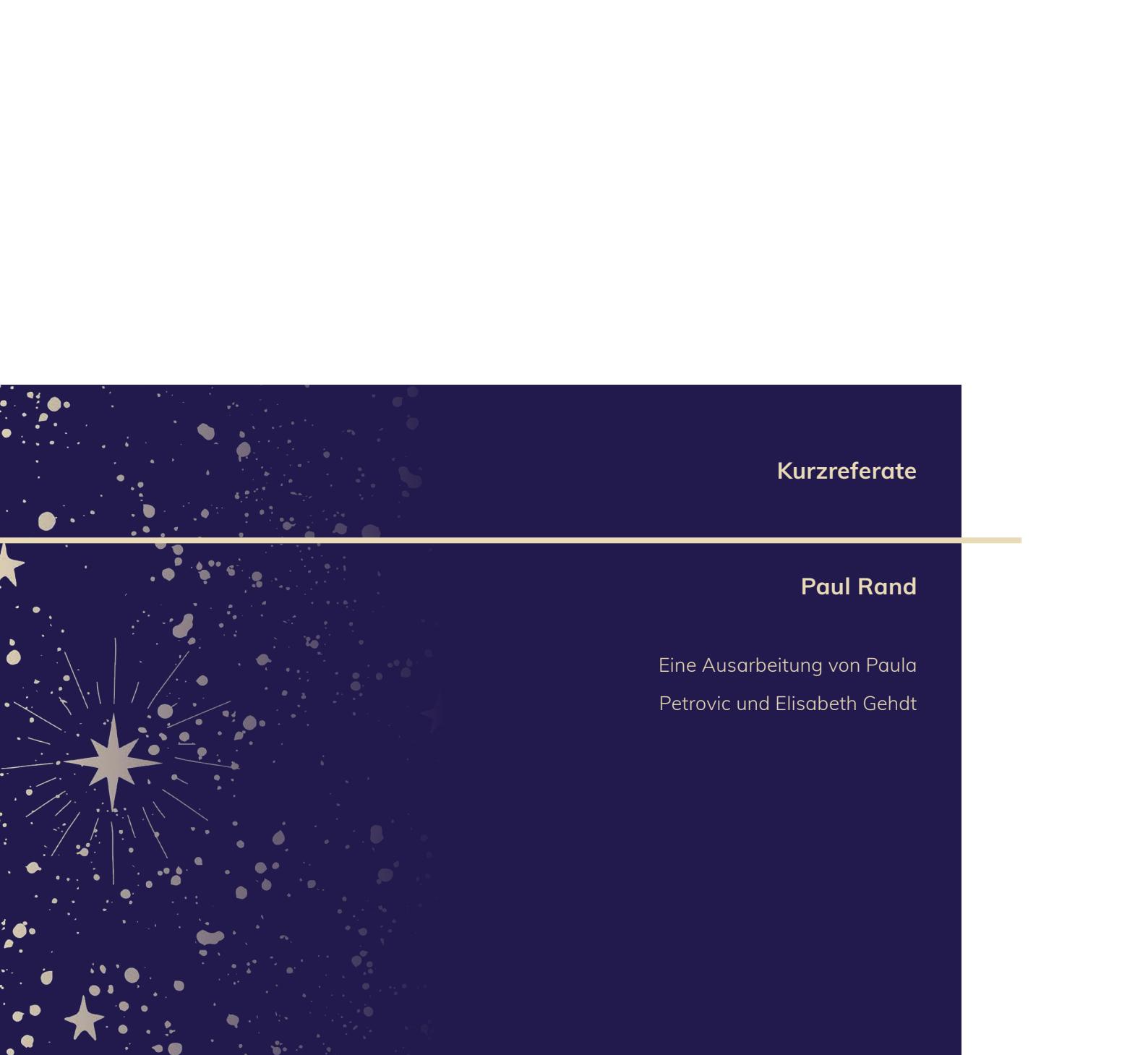
106

112

122







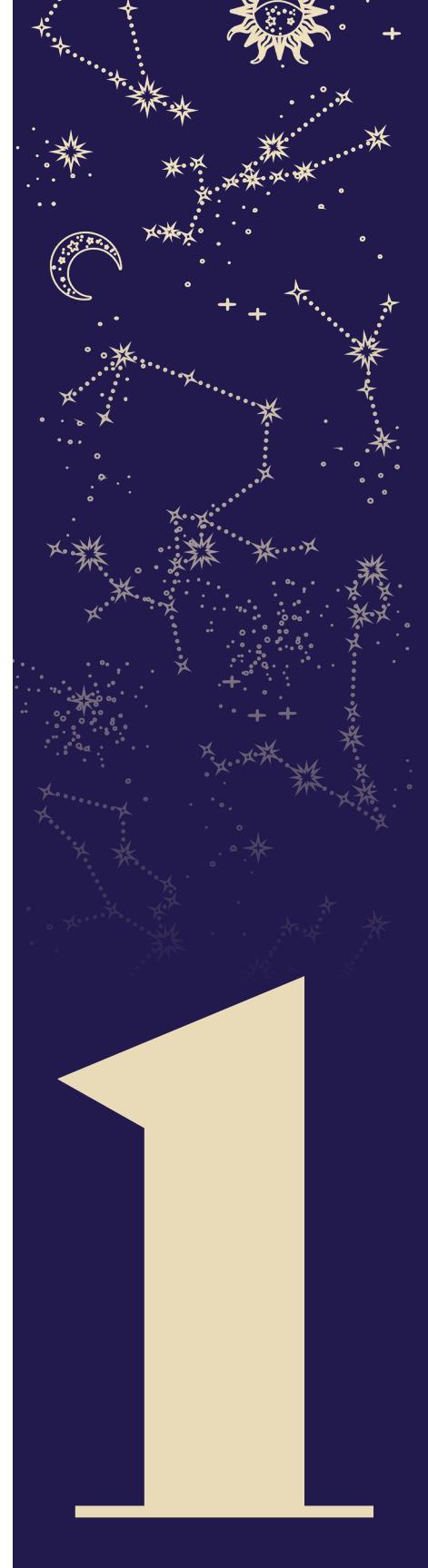
Kurzreferate

Paul Rand

Eine Ausarbeitung von Paula
Petrovic und Elisabeth Gehdt

P

O



Paul Rand

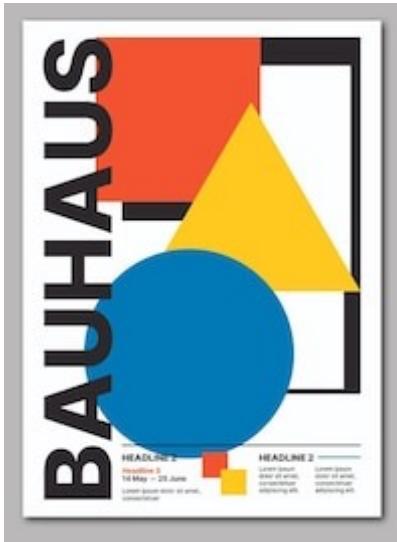
Biografie

Paul Rand, geboren am 15. August 1914, zählt zu den herausragenden Grafikdesignern der USA. Ursprünglich als Perez Rosenbaum in einer jüdischen Familie geboren, begann er seine künstlerische Laufbahn mit dem Bemalen von Schildern für den Lebensmittelladen seines Vaters. Um potenzielle Kunden nicht zu verlieren, änderte er 1935 seinen Namen. Dennoch blieb er stilistisch bei seinen jüdischen Wurzeln. So neigt er aufgrund der jüdischen Abneigung zur bildlichen Darstellung zur Abstraktion. Trotz anfänglicher Zweifel seines Vaters bezüglich einer künstlerischen Karriere, erlaubte dieser Rand den Nachtunterricht am Pratt Institute in Man-



hattan zu besuchen. Inspiriert von europäischen Einflüssen und Künstlern wie Cassandre und Moholy-Nagy sowie den Gestaltungsprinzipien des Bauhauses und De Stijl, schuf Rand innovative Meisterwerke des Grafik- und Corporate-Designs. Seine kreative Brillanz wurde durch renommierte Auszeichnungen wie die AIGA Gold Medal 1966 anerkannt. Rand verstarb am 26. November 1996 in Norwalk, Connecticut.

Inspirationen

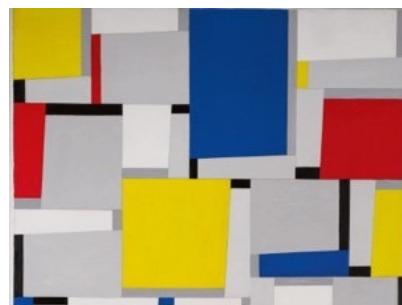


Bauhaus

Bauhaus ist eine künstlerische Bewegung, die 1919 nach dem Ersten Weltkrieg entstand. Sie betonte den Grundsatz „Form Follows Function“, bei dem die Funktionalität eines Objekts wichtiger ist als seine Ästhetik. Typisch für Bauhaus-Design sind klare Linien, geometrische Formen und die Verwendung von Primärfarben.

De Stijl

De Stijl, 1917 in den Niederlanden entstanden, ist eine künstlerische Bewegung, die sich auf Abstraktion konzentriert. Mit orthogonalen Linien und rechteckigen Formen sowie den Farben Schwarz, Weiß und den Primärfarben Gelb, Grün und Rot prägt sie ihren Stil.



A.M Cassandre

Der französische Grafikdesigner war einer der einflussreichsten Grafikdesigners des 20. Jahrhunderts.

Gebrauchsgraphik

Das Magazin „Gebrauchsgraphik“, dass seit 1924 erscheint, zählte zu den führenden Designzeitschriften des 20. Jahrhunderts.





UPS, gegründet 1907 als „American Messenger Company“, arbeitete seit 1961 mit Paul Rand zusammen. Ursprünglich mit einem Logo, das einen schwarzen Adler auf einem braunen Schild zeigte, wechselte das Unternehmen 1937 zu einem vereinfachten Design mit braunem Schild und gelber Schrift. Rand revolutionierte das Logo 1961, indem er es in zwei Teile teilte: ein Geschenkpaket oben und einen Slogan unten. Diese Änderung betonte die Kernaktivität von UPS und schuf eine emotionale Verbindung zu den Kunden, durch eine Assoziation mit einem Geschenk. Durch die Anwendung des Goldenen Schnitts und die Betonung von Einfachheit und Klarheit wirkte das neue Logo modern und ausgewogen. Mark Sinclair hat diese Entwicklung in seinem Buch „The Untold Stories Behind 29 Classic Logos“ näher erläutert, was die durchdachte visuelle Identität von UPS durch Paul Rand unterstreicht.

UPS LOGO BY PAUL RAND

Paul Rand machte sich viele Gedanken zum Design und der Wirkung des Firmenlogos

Corporate Designs

Corporate Design ist ein spezifischer Bereich innerhalb des Corporate Identities-Konzepts, der sich auf die visuelle Umsetzung konzentriert.

Während Corporate Identities sämtliche Elemente, die die Identität eines Unternehmens bilden, umfassen wie das Erscheinungsbild (Corporate Design), Kommunikation (Corporate Communication), Kultur (Corporate Culture) und Verhalten (Corporate Behaviour).



Vor Paul Rands Design für ABC durchlief das Unternehmenslogo zahlreiche Experimente mit verschiedenen Formen, Schriftarten und Layouts.



Frühere Logos sind sehr detailliert und experimentell

Zum Beispiel bestand das ABC-Logo von 1958 bis 1962 aus einem zweiteiligen Rechteck, das den

Namen des Unternehmens in Klein- und Großbuchstaben darstellte. Die früheren Logos waren kompakt, komplex und experimentell. Rand vereinfachte das Logo und machte es ansprechender und einfacher. Sein Design markierte einen Wendepunkt für ABC und etablierte eine klare Identität, die die Corporate Identity des Unternehmens prägte. Das von Paul Rand gestaltete Logo besteht aus einem simplen schwarzen Kreis mit den Kleinbuchstaben „abc“ in Weiß, was ihm eine stilvolle, moderne und elegante Ästhetik verleiht. Trotz späterer Variationen blieb das grundlegende Design über die Jahre hinweg bestehen und wurde zu einem Symbol für Kontinuität und Wirksamkeit in der Welt des Rundfunks.



Übersicht der Entwicklung der Logos

Nach Paul Rand hat sich das Logo nur minimal verändert

IBM

IBM, ein US-amerikanisches Unternehmen, ist bekannt für seine Cloud-Systeme und spezialisiert sich auf Computertechnologie. Es nahm den Namen IBM erst 1924 an. Das erste Logo, verwendet von 1924 bis 1946, zeigt den Namen IBM in einem Kreis mit verzerrter Schrift, um einen 3D-Effekt zu erzeugen. Das zweite Logo, von 1946 bis 1956, betont die Initialen und die blaue Farbe, die die Firmenkleiderordnung widerspiegelt. Paul Rands erste Designversion des Logos von 1956 bis 1967 beinhaltet minimale Änderungen, wie größere Punzen im Buchstaben B. Sein viertes Logo von 1967 bis 1972 wird oft als Prototyp des heutigen Logos angesehen. Das fünfte Logo seit 1972, auch bekannt als das 8-Striche-Logo, verleiht dem Design mehr Dynamik und Geschwindigkeit durch die Reduzierung der Striche.



1924 – 1946

Erstes Logo mit Firmennamen
IBM



1946 – 1956

Erstes Logo mit Initialien
Markante Blaue Farbe



1956 – 1967

Erstes Logo von Paul Rand



1967 – 1972

„13-Striche-Logo“



seit 1972

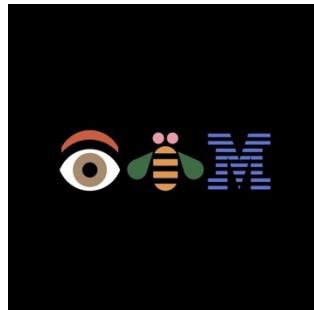


seit 2018

aktuelle 8-Striche-Version

seriöseres Logo

1981 wurde Rand beauftragt, ein Poster für das neue Motto „Think“ zu entwerfen. Das Ergebnis, ein Rebus aus einem Auge, einer Biene und dem „M“ aus seinem 8-Striche-Logo, ergibt den Wortlaut IBM. Rand entwarf auch ein vielseitiges Konzept für das Poster, das verschiedene Nutzungsmöglichkeiten und -regeln einschließt.



Paul Rands Rebus wird bis heute noch von IBM benutzt

NeXT



NexT, von Steve Jobs 1985 gegründet, entwickelte Software für Geschäftsleute und Akademiker.

Jobs beauftragte Paul Rand für das Corporate Design, obwohl dies 100.000 USD (ca. 265.000 €) kostete. Die Zufriedenheit mit Rands Design war allgemein hoch, da er sein Fachwissen nutzte, um ein ideales Logo zu schaffen. Ähnlich wie bei

IBM strebte Rand einen mnemonischen Effekt an, wobei das kleine „e“ wie das „M“ von IBM wirken sollte. Die gelbe Farbe und die Einzigartigkeit des kleingeschriebenen Buchstabens im Logo sollten eine starke Verbindung zum Unternehmen herstellen und für zukünftige Projekte genutzt werden können.



Fazit

In der Zeit nach dem 2. Weltkrieg hat Paul Rand die Szene des Grafikdesigns revolutioniert. Seine gut durchdachte Herangehensweise und Planung setzten einen neuen hohen Standard in der Design Szene. Paul Rands Werke werden zum größten Teil immer noch benutzt, was nur zusätzlich seine herausragende Qualität und Zeitlosigkeit seiner Werke unter Beweis stellt.



Datum	22. Mai – 21. Juni
Element	Luft
Planet	Merkur
Eigenschaften	<i>Sanft Neugierig Inkonsistent Unentschlossen</i>





Zwilling

Vorlesungsdokumentation zum Thema Farbe

In der vorliegenden Aufgabe, sollten wir eine 6 – 8-Seitige Dokumentation zu einem Thema aus der Vorlesungsreihe.

Dabei habe ich mich für das Thema Farbe entschieden, da dieses Thema sehr vielseitig ist.

Diese Aufgabe wurde alleine von mir, Elisabeth Gehdt, bearbeitet.



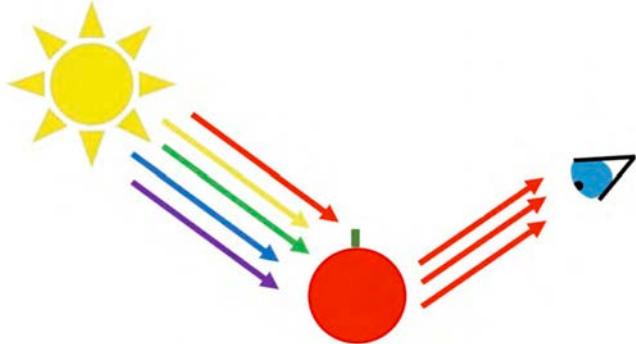


P Vorlesungsdokumentation

102

Farben

Farbe ist ein vielschichtiges Konzept, das in verschiedenen Disziplinen unterschiedliche Definitionen und Bedeutungen annimmt. Die verschiedenen Definitionen lassen sich in drei Kategorien unterteilen: Die chemische Definition, die physikalische Definition und die psychologische Definition. Dabei wird jeweils auf einzelne Bereiche eingegangen.



Chemische Deutung:

Absorption und Reflexion von Farbe aus dem Licht

Psychologische Deutung:

Wahrnehmung der Farbe basierend auf Emotionen und Stimmung

Physikalische Deutung:

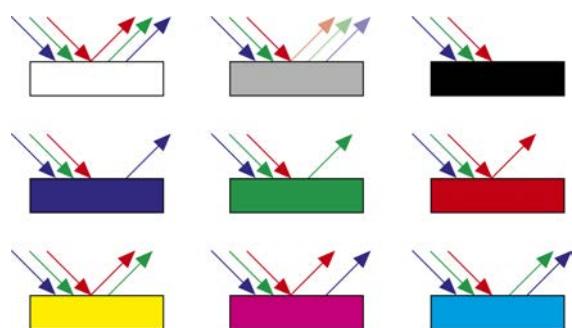
Nerven, welche durch das eintreffende Licht stimuliert werden

Chemie

In der Chemie ist Farbe das Ergebnis einer komplexen Wechselwirkung zwischen Licht und Materie. Wenn Licht auf Materie trifft, absorbiert diese einen Teil des sichtbaren Lichtspektrums und reflektiert den Rest. Die Farbe, die wir wahrnehmen, ist das Ergebnis dieser Absorption und Reflexion. Farbstoffe erscheinen immer in der Komplementärfarbe der am stärksten absorbierte Farbe des Lichts. Wenn alle Lichtwellen von einem Objekt absorbiert werden, erscheint es schwarz. Im

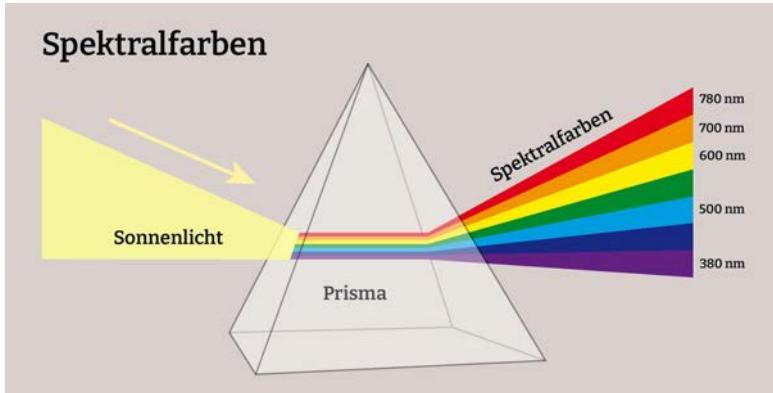
Gegensatz dazu erscheint ein Objekt weiß, wenn entweder keine Lichtwellen absorbiert werden oder wenn alle drei Spektralfarben (Rot, Grün und Blau) absorbiert werden.

Objekte erscheinen farblos oder transparent, wenn sie ultraviolettes Licht absorbieren. Diese Art der Farbe wird als Körperfarbe bezeichnet und spielt eine wichtige Rolle in der Materie- und Farbwissenschaft. Insgesamt zeigt die Wechselwirkung zwischen Licht und Materie die Vielschichtigkeit und Komplexität des Phänomens Farbe auf.



Grafik zur Lichtabsorption:

Farbe hängt vom Material ab: Verschiedene Moleküle absorbieren verschiedene Lichtwellen



Zusammenstellung des Sonnenlicht aus den Spektralfarben.

Jede Farbe hat eine anderen Wellenlänge.

In der Physik ist Farbe ein faszinierendes Phänomen, das durch Licht entsteht, obwohl Licht selbst farblos ist. Wenn Licht auf die Netzhaut im Auge trifft, werden lichtempfindliche Zapfen aktiviert und senden elektrische Impulse an das Gehirn. Das Gehirn verarbeitet diese Impulse und erzeugt Farbeindrücke.

Diese Farbeindrücke entstehen durch verschiedene Bereiche des Lichtbündels, auch bekannt als Spektralfarben. Beispiele hierfür ist das „rote Licht“ bzw. das Licht der Spektralfarbe Rot, welches eine Wellenlänge von 605-750 nm hat. Die grundlegenden Spektralfarben sind Rot, Grün und Blau,

die als Primärfarben der Lichtmischung gelten. Farbmischungen entstehen durch das Zusammenfügen zweier oder mehrerer Spektralfarben. Ein bemerkenswertes Phänomen ist die Entstehung der Farbe Weiß, die auftreten kann, wenn das Licht sehr vieler verschiedener Spektralfarben gemischt wird. Ebenso kann Weiß entstehen, wenn das Licht der drei Primärfarben Rot, Grün und Blau zusammengeführt wird. Diese Art von Farbmischung wird als additive Farbmischung bezeichnet und spielt eine wichtige Rolle in der Erzeugung von Lichtfarben.

Tabelle zur Übersicht der Farbabsorption:

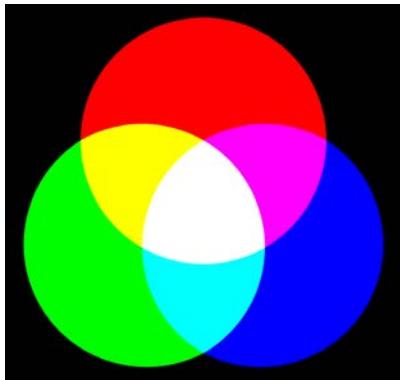
Je nach Wellenlänge und Material werden Spektralfarben absorbiert. Die Komplementärfarbe des absorbierten Lichts wird reflektiert und kommt mit unserer Netzhaut und den Nerven in Kontakt.

Wellenlänge absorbiert		ergibt (sichtbar)
< 400 nm		UV
400-435 nm	violett	grün gelb
430-480 nm	blau	gelb
480-490 nm	grün blau	orange
490-500 nm	blau grün	rot
500-560 nm	grün	purpur
560-580 nm	grün gelb	violett
580-595 nm	gelb	blau
595-605 nm	orange	grün blau
605-750 nm	rot	blau grün
> 750 nm		IR

Farbmischung

Die Farbmischung ist ein faszinierendes Phänomen, das grundlegend unser Verständnis von Farben und deren Darstellung beeinflusst. Dabei unterscheiden wir zwischen zwei Arten der Farbmischung: der additiven und der subtraktiven Farbmischung. Diese basieren jeweils auf der physikalischen und chemischen Deutung von Farbe.

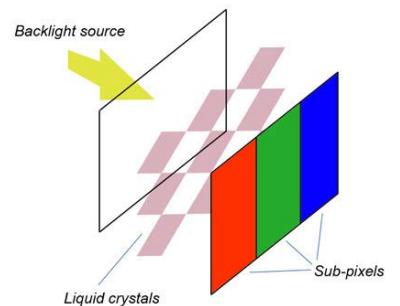
additive Farbmischung



Die additive Farbmischung basiert auf der Mischung von Lichtfarben. Hierbei werden die Spektralfarben Rot, Grün und Blau (RGB) als additive Grundfarben genutzt. Wenn diese Farben miteinander gemischt werden, entstehen hellere Töne. Durch die Mischung aller Farben mit voller Intensität erhält man die Farbe Weiß.

Durch das addieren von Rot, Grün und Blau entstehen Cyan, Magenta, Gelb und Weiß

Ein bekanntes Beispiel für die additive Farbmischung ist die Technologie der Displays in der digitalen Welt. Diese verwenden LED-Lichter in den Pixeln, um verschiedene Farben darzustellen. Die Farben werden durch die RGB-Werte repräsentiert, die die Primärvalenz (Stärke der Lichtkraft) angeben. Die Werte reichen von 0 (keine Kraft) bis 255 (stärkste Kraft). Wenn alle Werte eine Primärvalenz von 255 haben, wird die Farbe Weiß dargestellt, während bei einem Wert von 0 die Farbe Schwarz erscheint. Diese Prinzipien der additiven Farbmischung sind grundlegend für die Darstellung von Farben in der digitalen Technologie.

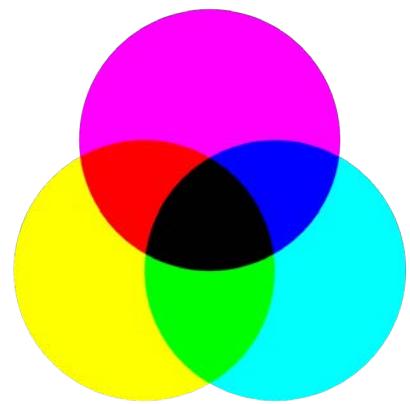


Durch elektrische Impulse lassen die Flüssigkristalle unterschiedlich viel Licht durch die Pixel leuchten

subtraktive Farbmischung

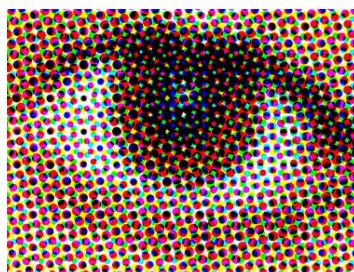
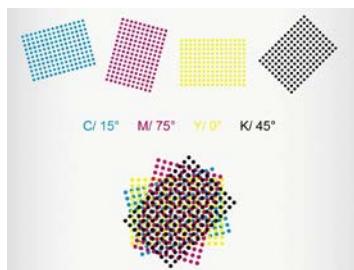
Die subtraktive Farbmischung ist ein wichtiger Prozess, der in der Malerei und im Druckwesen Anwendung findet. Im Gegensatz zur additiven Farbmischung, die auf Lichtfarben basiert, beruht die subtraktive Farbmischung auf der Interaktion von Körperfarben, insbesondere von Pigmenten.

Bei der subtraktiven Farbmischung werden die Hauptfarben Cyan, Magenta und Gelb (CMY) verwendet. Diese Farben entstehen, indem man aus dem Licht die Spektralfarben filtert: Rot wird zu Cyan, Grün zu Magenta und Blau zu Gelb. Durch das Mischen dieser Pigmente werden die Farben dunkler. Wenn alle Farben mit 100% Intensität gedruckt werden, entsteht Schwarz.



Durch das addieren von Cyan, Magenta und Gelb entstehen Rot, Grün, Blau und Schwarz

Beim Drucken werden die Farben in Rasterpunkten gedruckt, welche in einer Rotation angeordnet sind



Die subtraktive Farbmischung ist ein entscheidender Prozess in der Malerei und im Druckwesen, da sie es ermöglicht, eine breite Palette von Farben zu erzeugen und komplexe Bilder und Designs zu erstellen. Diese Methode findet vor allem in der physischen Welt Anwendung, wo sie in verschiedenen Bereichen wie der Kunst, der Fotografie und der Grafikdesignindustrie eingesetzt wird.

Psychologie

In der Psychologie spielt Farbe eine bedeutende Rolle bei der Schaffung von Emotionen und Stimmungen in unserem alltäglichen Leben. Die Wahrnehmung von Farben kann eine Vielzahl von Gefühlen hervorrufen und unsere Stimmung beeinflussen. Dieser Zusammenhang zwischen Farben und Emotionen beruht auf unseren individuellen Erfahrungen, Denkstrukturen und Instinkten.

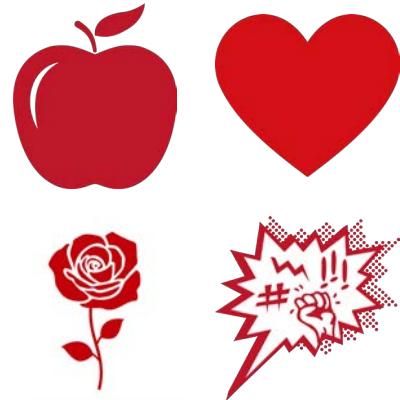
Die Art und Weise, wie wir Farben empfinden, wird von unserer persönlichen Geschichte und kulturellen Prägung geprägt. Farben haben nicht nur eine psychologische Wirkung, sondern auch eine symbolische, kulturelle und traditionelle Bedeutung. Zum Beispiel können bestimmte Farben in verschiedenen Kulturen unterschiedliche Assoziationen hervorrufen oder traditionelle Bedeutungen haben.

Insgesamt verdeutlicht die Vielschichtigkeit der Farbwahrnehmung, wie Farben nicht nur visuelle Reize sind, sondern auch eine tiefgreifende emotionale und kulturelle Bedeutung haben können. Diese Erkenntnis ist entscheidend für die Gestaltung von Umgebungen, Produkten, Werbung und Kunst, da Farben eine starke Wirkung auf unser Verhalten und unsere Reaktionen haben können.

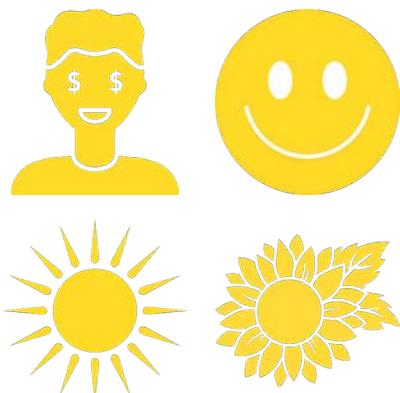
Farbwirkung

Farbwirkung spielt eine herausragende Rolle in unserem alltäglichen Leben, beeinflusst unsere Emotionen und beeinträchtigt unsere Entscheidungen. Bereits in der Frühzeit der Menschheit nutzten wir die Wirkung von Farben, um uns vor potenziell gefährlichen Nahrungsmitteln zu schützen oder um Aufmerksamkeit zu erregen. Heutzutage ist die Bedeutung der Farbwirkung insbesondere im Designsektor unbestreitbar, da sie maßgeblich zur Produktidentität beiträgt und die Wahrnehmung eines Produkts oder einer Marke beeinflusst. Dennoch ist es wichtig zu beachten, dass die Wirkung von Farben nicht universell ist. Abhängig von individuellen Erfahrungen, kulturellen Hintergründen und persönlichen Vorlieben können Farben unterschiedliche Emotionen und Reaktionen hervorrufen.

Rot ist eine vielseitige Farbe, die eine Bandbreite an Emotionen hervorruft. Als Symbol für Feuer verkörpert es Leidenschaft und Liebe, aber auch Zorn und Aggression. Aufgrund seiner Intensität wird Rot oft als Warnsignal für Gefahr oder Dringlichkeit eingesetzt. Zudem regt Rot den Appetit an und kann sowohl den Hunger als auch das Verlangen nach sexueller Aktivität steigern.



Gelb ist die Farbe der Sonne und des Lichts, die mit Optimismus und Freude assoziiert wird. Sie symbolisiert auch Wissen und Vernunft, jedoch kann sie auch negative Eigenschaften wie Neid, Egoismus und Geiz repräsentieren. Psychologisch betrachtet hat Gelb eine angstlindernde Wirkung und kann dazu beitragen, Depressionen zu reduzieren.



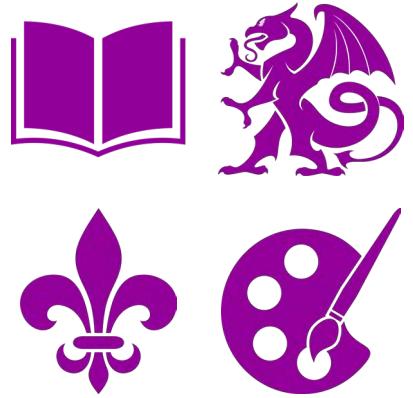
Grün ist die Farbe der Natur, die uns mit Sicherheit, Hoffnung und Regeneration verbindet. Sie symbolisiert das Wachstum und die Fülle des Lebens. In Momenten der Trauer kann Grün eine lindernde und beruhigende Wirkung haben, indem es Trost und Zuversicht spendet. Zugleich steht Grün auch für Unreife und Unreinheit sowie für Giftigkeit, wie es in einigen Pflanzen und Substanzen zu finden ist.



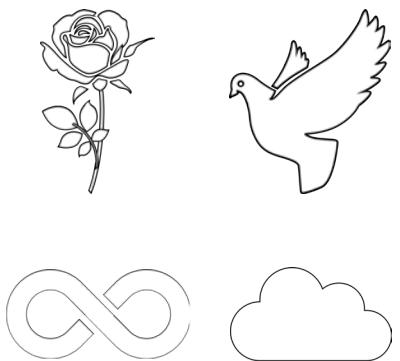
Blau ist die Farbe des Himmels und des Ozeans, die Ruhe, Vertrauen und Sehnsucht verkörpert. Sie strahlt Gelassenheit und Harmonie aus und kann beruhigend auf unseren Geist wirken. Doch trotz ihrer positiven Assoziationen kann Blau auch eine melancholische Atmosphäre vermitteln und eine gewisse Kühle ausstrahlen. In manchen Fällen kann sie sogar Gleichgültigkeit oder Nachlässigkeit symbolisieren.



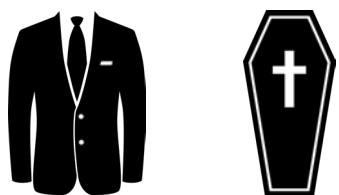
Violett, die Farbe der Inspiration und der Kunst, ist ein Symbol für Würde, Mystik und Schutz. Sie verleiht unseren Gedanken und Träumen eine besondere Tiefe und spirituelle Verbindung. Die Farbe wirkt nicht nur schmerzlindernd und beruhigend, sondern auch reinigend und edel. Ihre Präsenz kann eine Atmosphäre von Eleganz und Erhabenheit schaffen, die die Sinne anregt und das Gemüt beruhigt.



Weiß verkörpert Klarheit, Reinheit und Unschuld und strahlt eine gewisse Erhabenheit aus. Es steht für einen makellosen und unberührten Zustand. Doch gleichzeitig kann Weiß auch eine Aura der Unnahbarkeit und Distanziertheit vermitteln. In vielen westlichen Kulturen wird Weiß überwiegend positiv wahrgenommen und mit Reinheit assoziiert. Jedoch gibt es kulturelle Unterschiede, wie beispielsweise in China, wo Weiß als die Farbe der Trauer und des Todes angesehen wird. Diese unterschiedlichen kulturellen Interpretationen zeigen die Vielschichtigkeit und Nuancen, die Farben in verschiedenen Gesellschaften haben können.



Schwarz, die Farbe der Dunkelheit, trägt eine Vielzahl von Bedeutungen in sich. Sie drückt Trauer, Unergründlichkeit und Geheimnisumwittertes aus, indem sie eine Aura des Mysteriösen schafft. Gleichzeitig kann Schwarz Ausdruck von Würde und Ansehen sein, und verleiht einer Person oder einem Gegenstand eine gewisse Eleganz und Feierlichkeit. Diese Farbe strahlt Seriosität aus und erzeugt Respekt, sei es in der Kleidung, im Design oder in der Kunst.



Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Farbe ein äußerst vielseitiges und komplexes Thema ist. Die Tatsache, dass es keine eindeutige Definition gibt, deutet darauf hin, dass es viele Informationen und Aspekte zu diesem Thema gibt. In der Psychologie lässt sich keine eindeutige Wirkung von Farben festlegen, was sowohl die Vielseitigkeit des Themas Farbe als auch ein Beweis für die Vielfalt unserer Erfahrungen und Kulturen ist. Farbe ist daher nicht nur ein visuelles Phänomen, sondern auch ein Spiegel unserer individuellen und kollektiven Wahrnehmungen und Interpretationen.



Datum	22. Juni – 22. Juli
Element	Wasser
Planet	Mond
Eigenschaften	<i>Hartnäckig Einfallsreich Misstrauisch Manipulativ</i>

Krebs



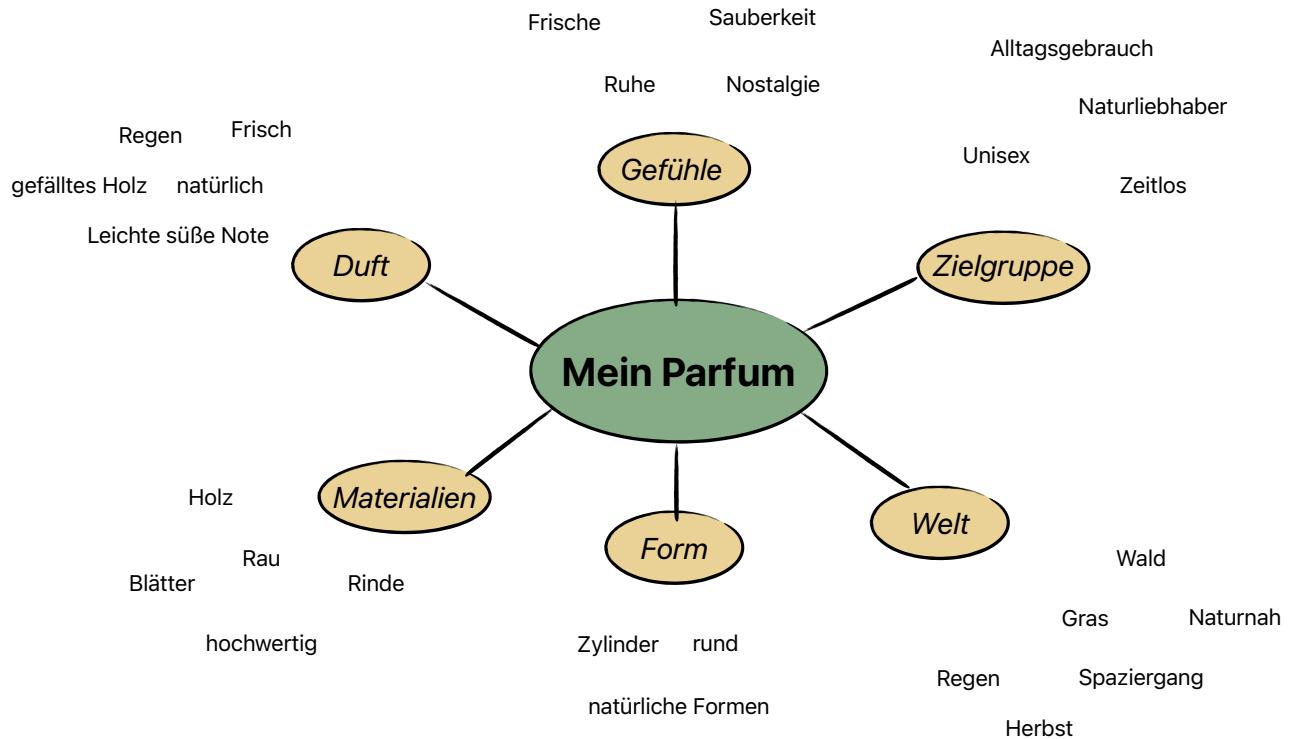
Da Sie eine weithin bekannte Persönlichkeit mit Stil und Geschmack sind, bietet Ihnen ein großer Parfum-Hersteller an, einen eigenen Duft für Sie zu kreieren. Da man Ihr Designtalent sehr schätzt, bittet man Sie, eigene Entwürfe für die Inszenierung Ihres Parfums zu machen.



Entwickeln Sie Ideen für ein Flakon zu Ihrem eigenen Duft und skizzieren Sie verschiedene Ansätze auf weißem Papier. Beschreiben Sie kurz, wie Ihr persönlicher Duft riechen würde und welche Attribute Sie damit verbinden (z.B. sportlich-maskulin, blumig-weich, elegant, schwer, leicht...). Überlegen Sie sich, welche Zielgruppe Sie mit Ihrem Flakon ansprechen wollen und welche Farben und Materialien zu Ihrem Duft passen. Arbeiten Sie Ihren Favoriten etwas konkreter aus, aber bleiben Sie bei Handskizzen: Bleistift, Feinliner oder Buntstift ist egal – Hauptsache zunächst nicht digital. Erst wenn Sie mit Ihren Skizzen fertig sind, scannen Sie die Entwürfe ein, um sie z.B. in Photoshop noch zu kolorieren .



Ideenfindung: **Skizzen und Moodboard**



Skizzene Entwicklung

Nach Festigung meiner Duftidee widmete ich mich dem Entwurf des Flakons. Der Fokus lag auf der Hervorhebung natürlicher Elemente, insbesondere bei der späteren Materialwahl.

Zuerst wählte ich eine organische Form, welche sich eher auf die Thematik des Regenduftes fokussiert.



Ideenfindung

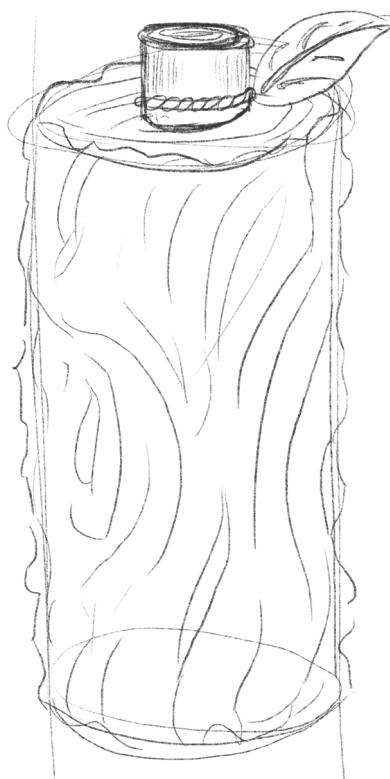
Als ich darüber nachdachte, welche Gerüche und Situationen für mich besonders angenehm sind, tauchte sofort der Regengeruch in der Herbstzeit auf. Die Vorstellung, während eines Spaziergangs von diesem frischen Duft umgeben zu sein, weckte eine besondere Wärme in mir. Diese Idee wollte ich weiterentwickeln.

Die Frage stieg auf, ob der Fokus eher auf dem Regen selbst oder auf Holz liegen sollte. Während des kreativen Prozesses und der Skizzenentwicklung klärte sich diese Frage jedoch allmählich.

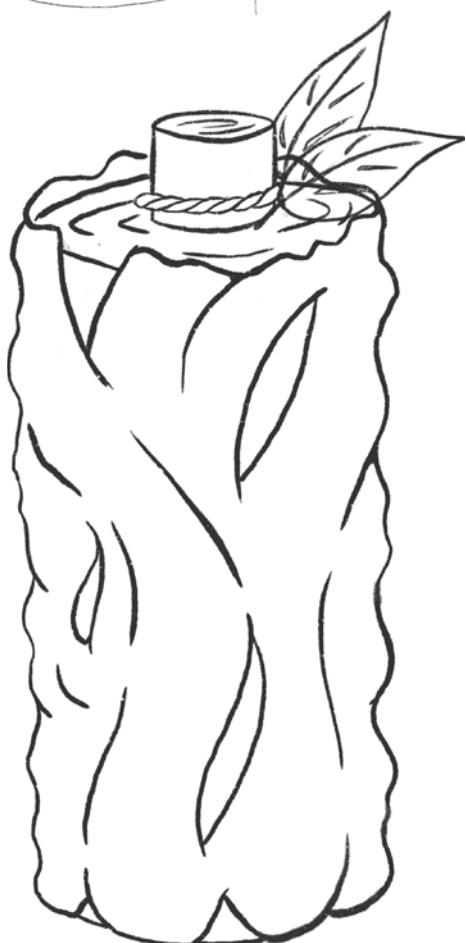


Während der Entwicklung entschied ich mich dann doch dazu, den Fokus auf den frischen Holzduft zu legen.

In meinen finalen Skizzen entfernte ich mich bewusst von der Idee der organischen Form, um eine einfachere und moderne Formwirkung zu erzielen.



Finale Skizze



Bei der Gestaltung meines Duftflakons legte ich besonderen Wert auf eine Farbgebung, die die Nuancen eines dunkleren Holzes widerspiegelt und eine herbstliche Atmosphäre vermittelt. Die Blätter sollten dem Design einen einzigartigen Touch verleihen, indem zwei Farben gewählt wurden, die sowohl den Herbst als auch den Frühling repräsentieren.

Um eine edle Wirkung zu erzielen, entschied ich mich für einen goldenen Deckel. Diese Wahl verleiht dem Flakon nicht nur eine ansprechende Optik, sondern unterstreicht auch die hochwertige und exklusive Ausstrahlung des Duftes. In der Summe bilden diese gestalterischen Entscheidungen eine harmonische Einheit, die die Essenz meines Duftes auf ästhetisch ansprechende Weise hervorhebt.

Endprodukt



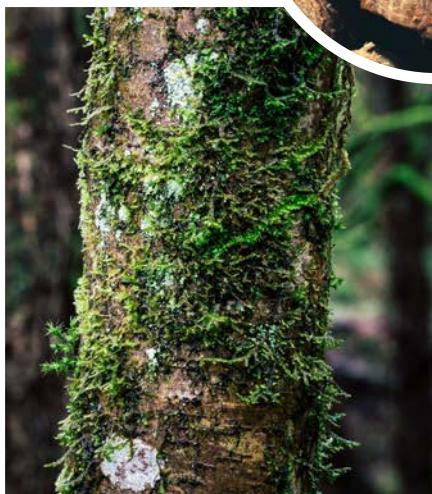
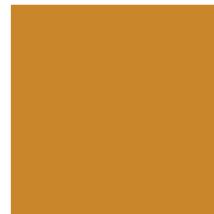
Moodboard

Die zentrale Intention bei der Konzeption meines Duftflakons war es, das unmittelbare Gefühl der Natur zu vermitteln. Hierbei dienten meine persönlichen Erinnerungen an das Wandern oder Spazierengehen in frischen Wäldern als wesentlicher Leitfaden. Um dieses Gefühl authentisch einzufangen, wählte ich warme Farbtöne wie Gelb und Braun, die ein behagliches Ambiente kreieren.

Das warme Gelb vermittelt ein Gefühl von Wärme und Geborgenheit, während das braune Element die Natürlichkeit und Erdverbundenheit hervorhebt. Zur Schaffung eines harmonischen Gleichgewichts wurde dem warmen Farbschema ein kälteres und dunkleres Grün hinzugefügt. Der Fokus des Designs liegt dabei ganz bewusst auf der Darstellung des Waldes als zentralem Element.

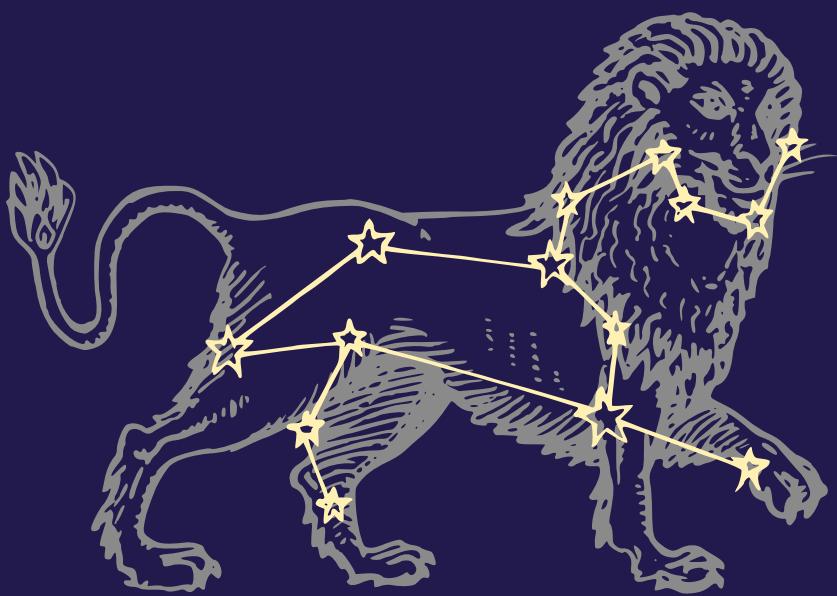
Außerdem wollte ich auch das Thema Holz in der Wortmarke widerspiegeln. Dabei sollen die gestapelten O's gestapelten Holz gleichen.

Die gestalterische Entscheidung spiegelt nicht nur meine persönlichen Verbindungen zur Natur wider, sondern verleiht dem Duftflakon eine ästhetische Ausgewogenheit, die das Erlebnis von Wald und Natur auf subtile Weise einfängt.



Foorest

Datum	23. Juli – 22. August
Element	Feuer
Planet	Sonne
Eigenschaften	<i>Leidenschaftlich Warmherzig Arrogant Egozentrisch</i>





Löwe

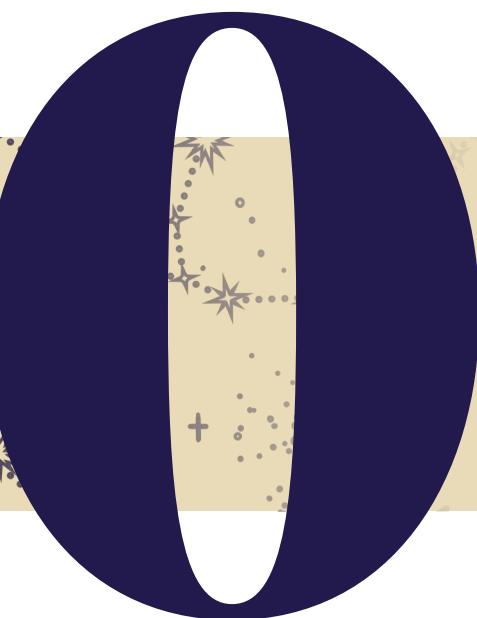
Erstellen Sie ein aus Buchstaben gelegtes Wort, indem Sie Motive fotografieren, die jeweils einen Buchstaben ergeben, aber eigentlich keiner sind. Entweder finden Sie ein Buchstaben- motiv schon vor (z.B. Türklinke in L-Form) oder es ergibt sich erst durch die Anordnung und Perspektive auf dem Foto. Durch den von Ihnen gewählten Bildausschnitt sowie durch geschickte Platzierung von Schärfe/ Unschärfe kann die Wirkung verstärkt werden. Arbeiten Sie so, dass Dritte die von Ihnen »entdeckten« Buchstaben unmissverständlich erkennen.



Fotografieren Sie nicht einzelne Buchstaben oder Zahlen aus Plakaten oder Beschriftungen! Keine Buchstaben, die mit Fingern geformt werden oder aus Nudelteig!

Bearbeiten Sie die Buchstaben-Bilder in Photoshop so, dass sie im Booklet später ein konsistentes und lesbares Wort ergeben (z.B. alle Motive in schwarzweiß, parzielle Colorierung, Tonwert- und Farbkorrektur bei schwankenden Lichtverhältnissen). Der Charakter des Motivs sollte jedoch nicht verändert werden (keine Collagen oder freigestellte Buchstaben). Bei Wörtern mit mehreren gleichen Buchstaben sollte jeder Buchstabe aus einem anderen Motiv oder einer anderen Perspektive stammen (also keine einfache Bildwiederholung).

P



Z 4

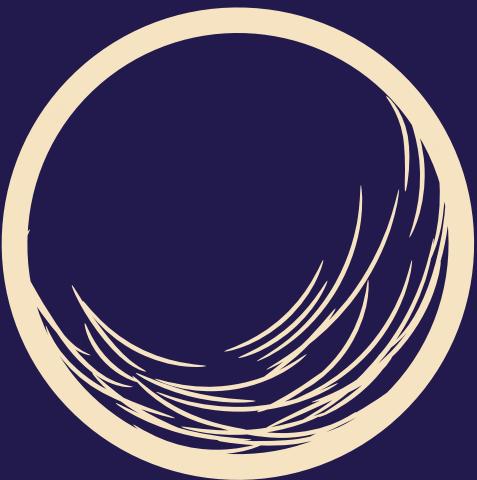
Photoscrabble

Photoscrabble



Bei der Auswahl des Wortes legte ich Wert darauf, dass eine ausgewogene Kombination zwischen runden und kantigen Buchstaben vorhanden ist.

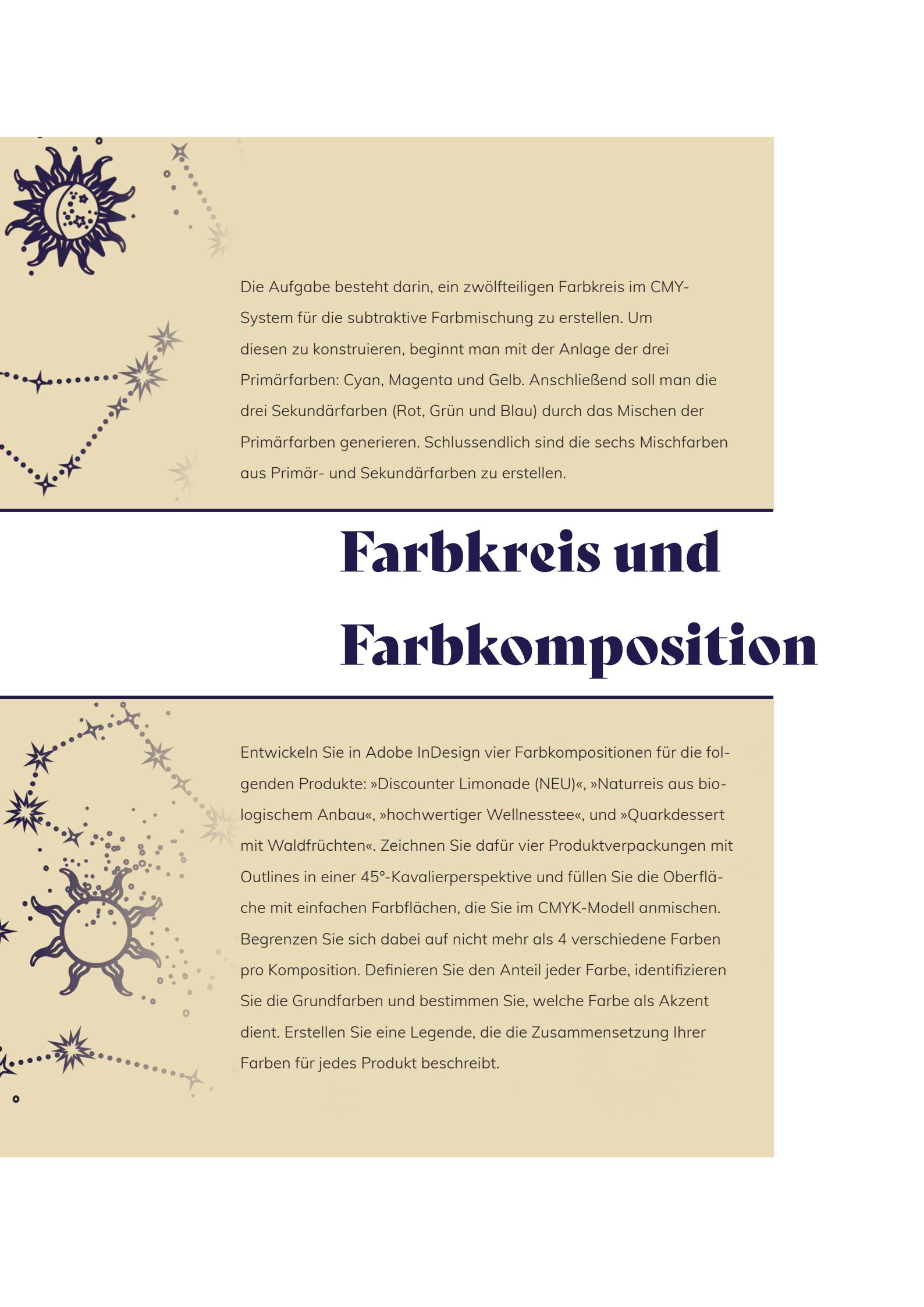
Die Idee zu dem Wort kam mir, als ich bemerkte, dass die erste Abgabefrist schneller kam als gedacht. Somit dient mir diese Aufgabe als Reflektion des Gefühls, welches ich nicht nur bei der Bearbeitung der Aufgabe empfand, sondern nun auch im Verlauf des ersten Semesters mein durchgängiger Begleiter war. Die Buchstaben wurden im Ikea aufgenommen, da ich nicht nur wenige Minuten entfernt wohne, sondern auch weil ein Möbelhaus ein geeigneter Ort ist, um verschiedene Objekte mit unterschiedlichen Formen zu finden. Dadurch stand mir meiner Buchstaben-Suchaktion nichts im Wege und ich hatte eine gute Auswahl an Buchstaben, die ich verwenden konnte.



Datum	23. August – 22. September
Element	Erde
Planet	Merkur
Eigenschaften	<i>Loyal Freundlich Schüchtern Selbstkritisch</i>

Jungfrau





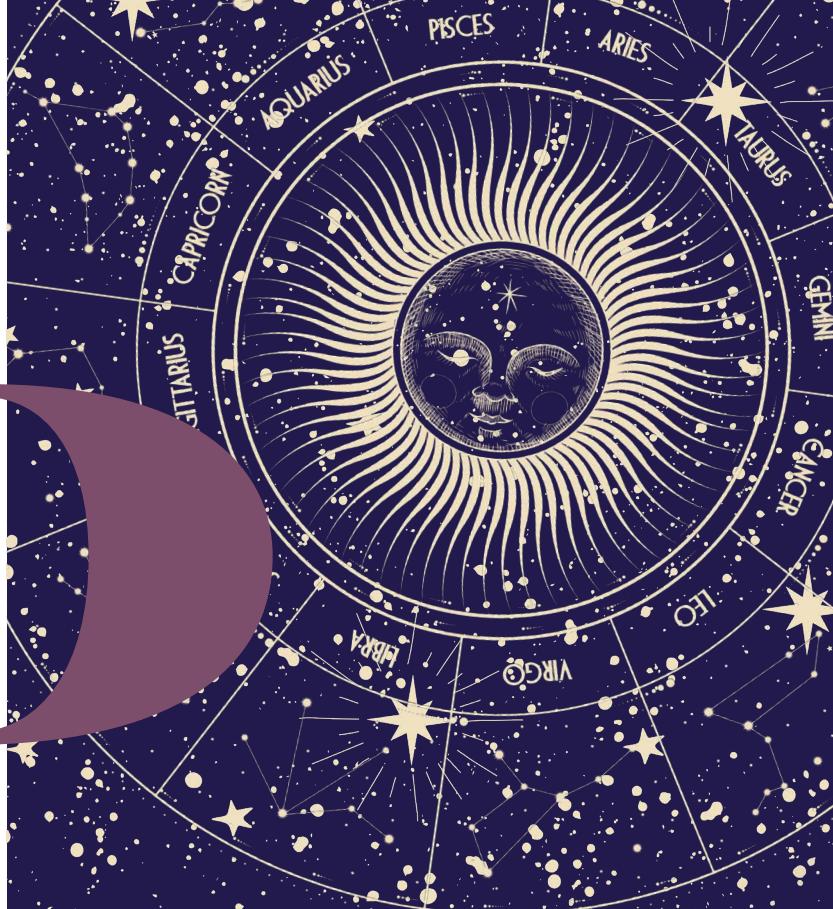
Die Aufgabe besteht darin, ein zwölfteiligen Farbkreis im CMY-System für die subtraktive Farbmischung zu erstellen. Um diesen zu konstruieren, beginnt man mit der Anlage der drei Primärfarben: Cyan, Magenta und Gelb. Anschließend soll man die drei Sekundärfarben (Rot, Grün und Blau) durch das Mischen der Primärfarben generieren. Schlussendlich sind die sechs Mischfarben aus Primär- und Sekundärfarben zu erstellen.

Farbkreis und Farbkomposition



Entwickeln Sie in Adobe InDesign vier Farbkompositionen für die folgenden Produkte: »Discounter Limonade (NEU)«, »Naturreis aus biologischem Anbau«, »hochwertiger Wellnesstee«, und »Quarkdessert mit Waldfrüchten«. Zeichnen Sie dafür vier Produktverpackungen mit Outlines in einer 45°-Kavalierperspektive und füllen Sie die Oberfläche mit einfachen Farbflächen, die Sie im CMYK-Modell anmischen. Begrenzen Sie sich dabei auf nicht mehr als 4 verschiedene Farben pro Komposition. Definieren Sie den Anteil jeder Farbe, identifizieren Sie die Grundfarben und bestimmen Sie, welche Farbe als Akzent dient. Erstellen Sie eine Legende, die die Zusammensetzung Ihrer Farben für jedes Produkt beschreibt.

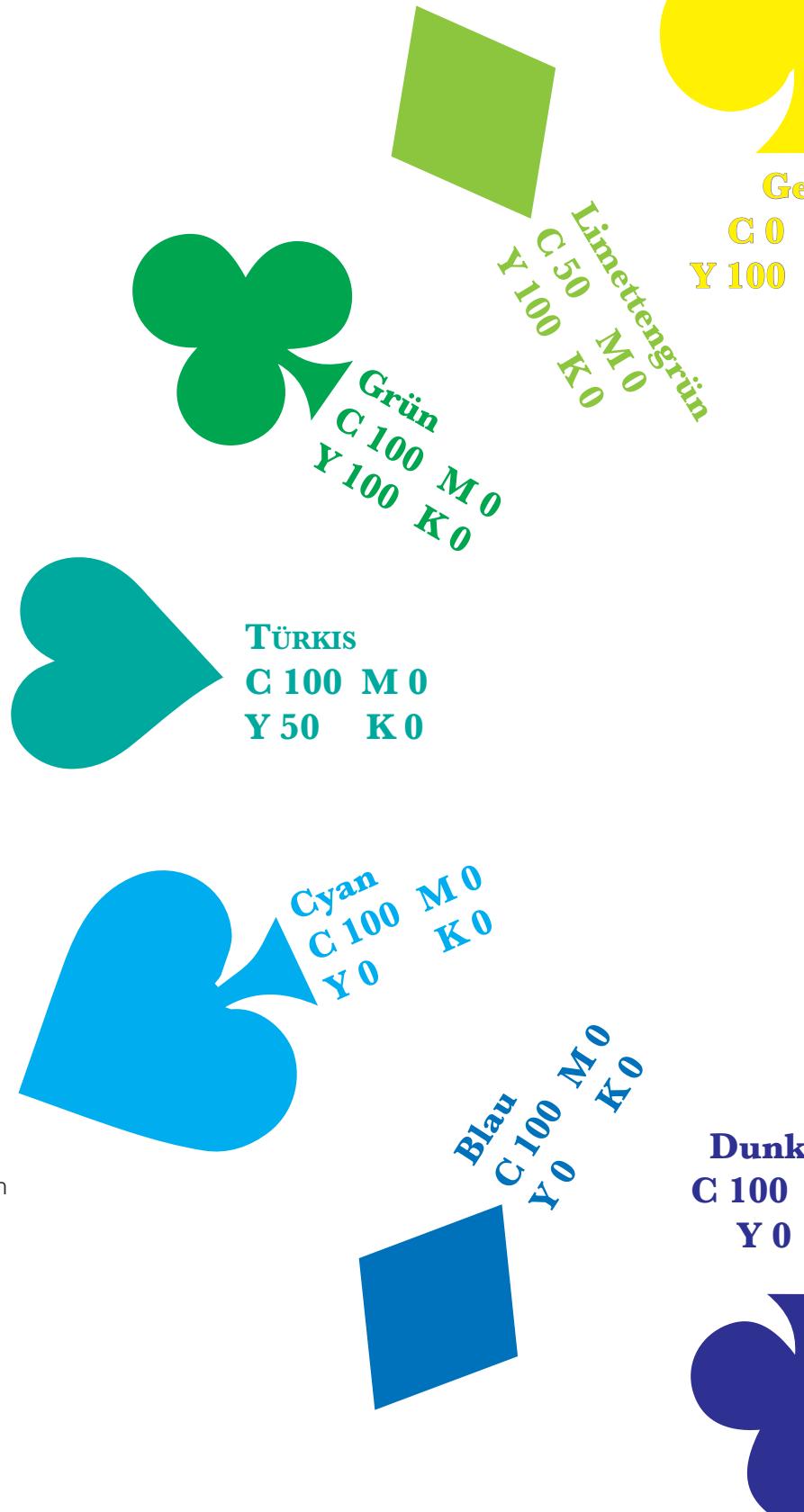
DO
5



Farbkreis

Zu Beginn des Projekts stand ich vor der Herausforderung, passende Symbole für den Farbkreis zu finden. Zunächst fehlte mir die Inspiration. Dann kam mir die Idee beim Kartenspielen, insbesondere durch die verschiedenen Kartenmotive.

Mir fiel auch auf, dass diese vier Symbole, Karo, Kreuz, Herz und Pik, sich ideal auf die 12 Farbfelder verteilen lassen und somit eine harmonische Aufteilung für den Farbkreis ergaben. Die Kartensymbole habe ich zuerst in Adobe Illustrator erstellt und diese durch die radiale Wiederholung in einem Kreis angeordnet. Die fertige Vektorgraphik habe ich in InDesign importiert. Dort musste ich nur noch die 12 Farben anmischen und die Farben jeweils mit den CMY-Werten beschriften.

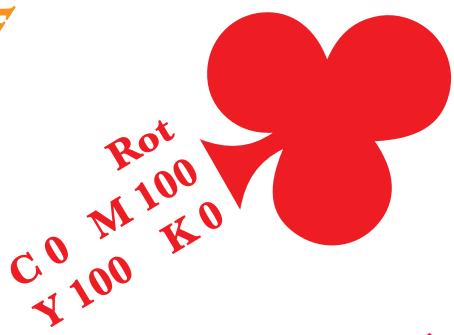




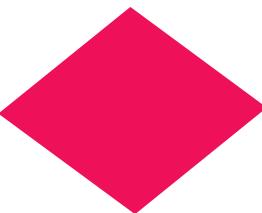
elb
M 0
K 0



Orange
C 0
Y 50
M 100
K 0



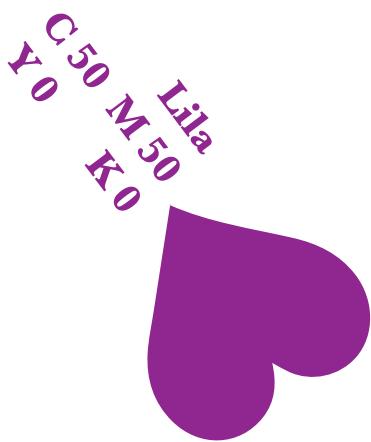
Rot
C 0
Y 100
M 100
K 0



Rosa
C 0
Y 50
M 100
K 0



Magenta
C 0
Y 0
M 100
K 0



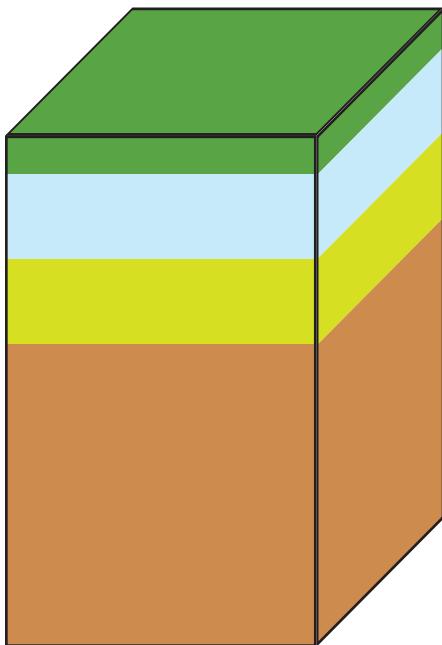
Lila
C 50
Y 0
M 50
K 0



elblau
M 100
K 0

Farbkompositionen

»Discounter Limonade (NEU)«



■ C=70 M=15 Y=100 K=0

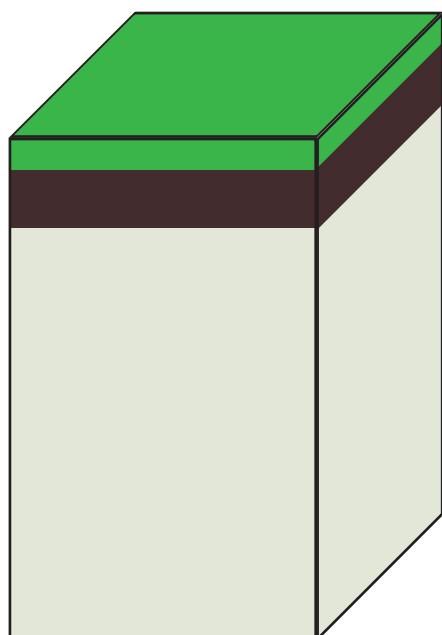
■ C=20 M=0 Y=0 K=0

■ C=20 M=0 Y=100 K=0

■ C=20 M=50 Y=80 K=0

Die Inspiration für die Farben holte ich mir von der Limonade, die ich auf meiner Arbeit verkaufe. Den größten Teil soll dabei die charakteristische Farbe der Limonade selbst einnehmen. Die verschiedenen Grüntöne sollen dabei Frische in Form von Limette und Minze hinzufügen. Zusätzlich soll durch das Blau noch das Eis in einer Limonade repräsentiert werden.

»Naturreis aus biologischem Anbau«



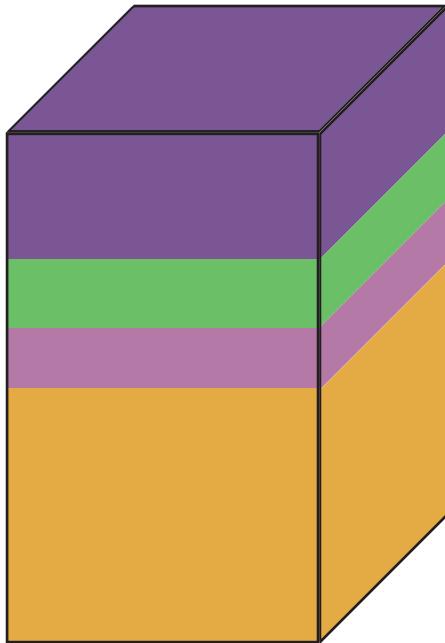
■ C=75 M=0 Y=100 K=0

■ C=55 M=70 Y=60 K=60

■ C=10 M=5 Y=15 K=0

Für die Reisverpackung orientierte ich mich an einer Mischung aus Vollkornreis. Der überwiegende Teil der Verpackung soll weißen Reis darstellen, in sich vereinzelten schwarzen Reiskörnern befinden. Der Grünton wurde bewusst gewählt, um das Bio-Label zu repräsentieren und somit die nachhaltige und biologische Herkunft des Produkts hervorzuheben.

»hochwertiger Wellnesstee«



■ C=50 M=70 Y=0 K=15

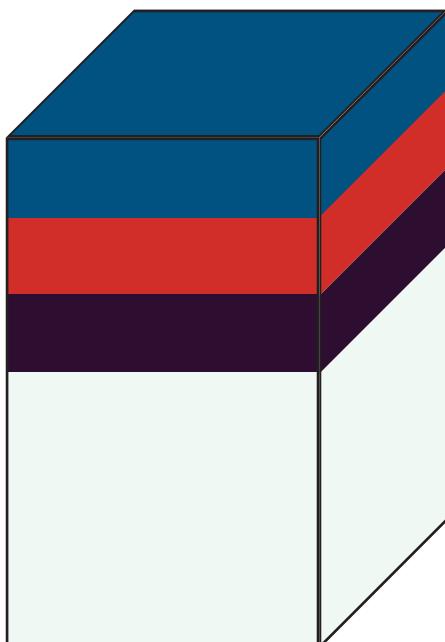
■ C=60 M=0 Y=80 K=0

■ C=30 M=60 Y=10 K=0

■ C=10 M=35 Y=85 K=0

Für den Wellnesstees ließ ich mich von einer Lavendelteemischung inspirieren. Der Hauptanteil spiegelt dabei die Farbe des Tees wider. Grüntöne wurden gezielt gewählt, um die Präsenz von beruhigenden Elementen wie Salbei zu repräsentieren. Zusätzlich wurden Lilatöne aufgenommen, um den Lavendel und weitere blumige Noten hervorzuheben.

»Quarkdessert mit Waldfrüchten«



■ C=100 M=70 Y=25 K=10

■ C=10 M=95 Y=95 K=5

■ C=85 M=100 Y=60 K=50

■ C=5 M=0 Y=5 K=0

Die Farben für das Quarkdessert konzentriert sich vor allem auf den Hauptbestandteil, den Quark selbst. Die anderen Farben wurde von einer Mischung aus Blaubeeren, Johannisbeeren und Brombeeren abgeleitet.



Datum	23. September – 22. Oktober
Element	Luft
Planet	Venus
Eigenschaften	<i>Diplomatisch Gütig Nachtragend Selbstmitleid</i>



Waage

Stellen Sie sich vor, Ihr Parfum aus P03 würde am Markt eingeführt. Jetzt geht es darum, Ihren Duft bekannt zu machen und Ihre Zielgruppe neugierig zu machen. Dazu sollen Sie eine Anzeige gestalten.



Entwerfen Sie in Adobe InDesign eine Anzeige im Hochformat mit den Maßen 160 x 230 mm. Nutzen Sie dabei Ihr Moodboard aus P03 als Gestaltungsvorlage, indem Sie die Bildwelt, Formen, Typografie und Farbpalette einfließen lassen. Sie können sich an einer der unten aufgeführten Kompositionen-Vorlagen orientieren, dies ist jedoch optional. Falls vorhanden, können Sie auch Ihre kolorierte Flakon-Skizze in die Anzeige integrieren.

Achten Sie darauf, dass die gewählte Schrift und der Text die Duftstimmung Ihres Produkts widerspiegeln. Der Look & Feel Ihrer Anzeige sollte deutlich von Ihrem Moodboard inspiriert sein, insbesondere in Bezug auf Farbigkeit und visuelle Ästhetik. Dieser kreative Prozess ermöglicht es Ihnen, Ihre gestalterischen Entscheidungen und die Essenz Ihres Duftes auf ansprechende Weise zu präsentieren.

Werbemittel

P
O
S



Werbeanzeige

In der Gestaltung der Anzeige war es mir besonders wichtig, ein natürliches und nicht überladenes Erscheinungsbild zu schaffen. Der Text wurde bewusst simpel gehalten, damit der Fokus eindeutig auf dem Flakon liegt. Die Anordnung und Intensität des Lichteinfalls wurden gezielt gewählt, um den Blick des Betrachters auf den Flakon zu lenken und dessen Details sowie ästhetische Merkmale in den Vordergrund zu rücken. Dieser minimalistische Ansatz soll sicherstellen, dass die Anzeige nicht nur ansprechend, sondern auch leicht verständlich und fokussiert ist.

160 mm

Foorest

feel the Nature

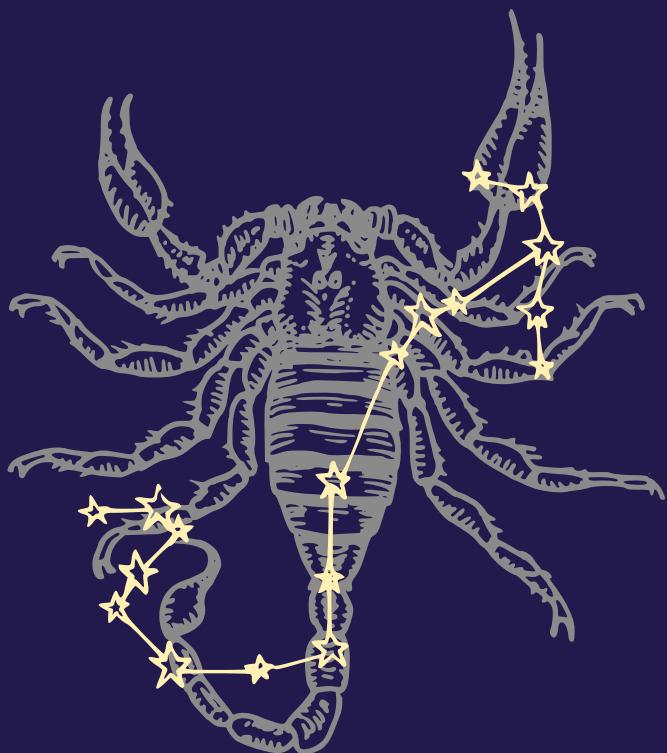


230 mm

more information on <https://nature.com>



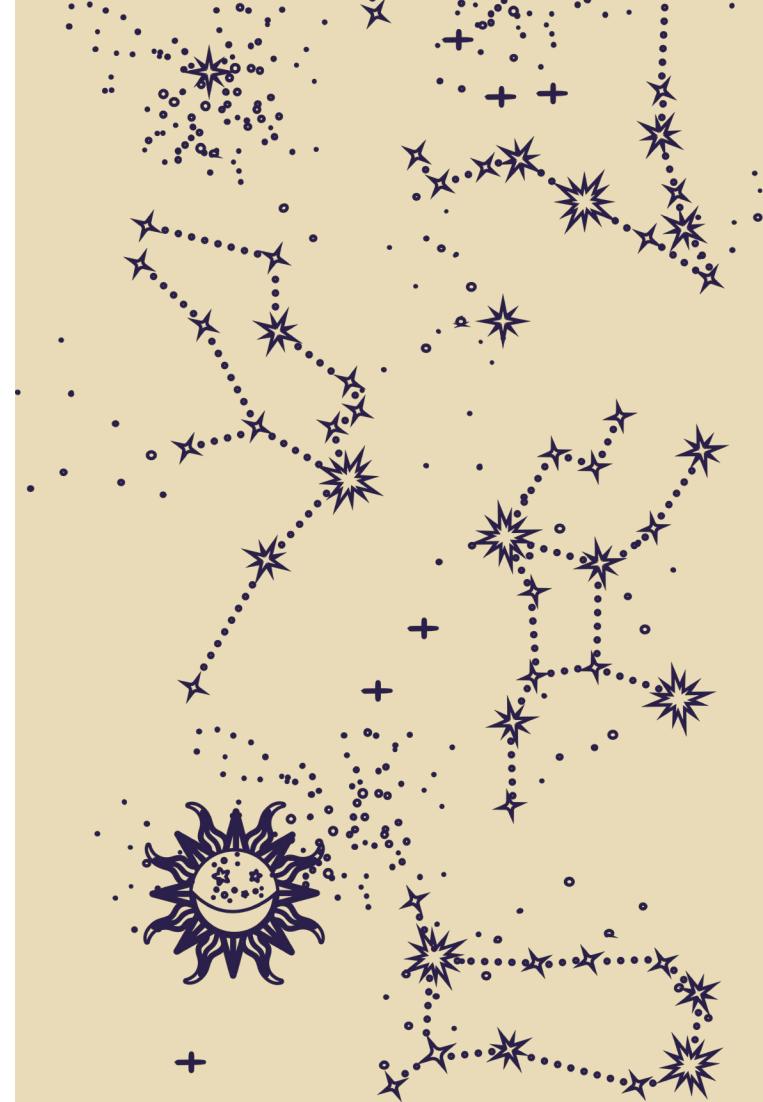
Datum	23. Oktober – 22. November
Element	Wasser
Planet	Pluto
Eigenschaften	Kraftvoll Leidenschaftlich Manipulativ Eifersüchtig



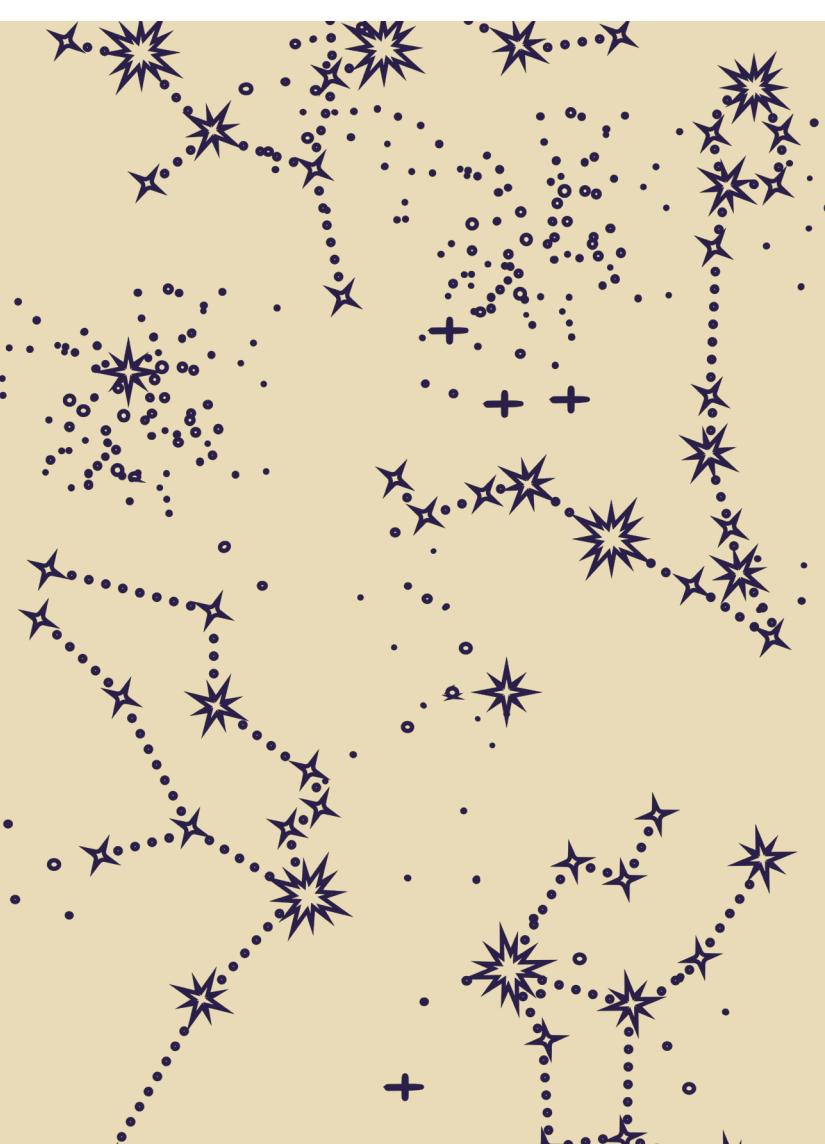
Skorpion



Gestalten Sie ein Buchcover in drei Farbvarianten.
Dabei sollen diese Farbkontraste nach Johannes
Itten umsetzen.



Das Buchcover soll im Hochformat in den Maßen 16 x 20 cm gestaltet werden. Das Motiv sollte aus einer schon vorher Festgelegten Auswahl gewählt werden. Auf dem Cover sollte ein passender Titel und Author stehen. Ebenso soll der Verlag Piper ein Platz mit ihrem Logo auf der rechten Seite finden.





O

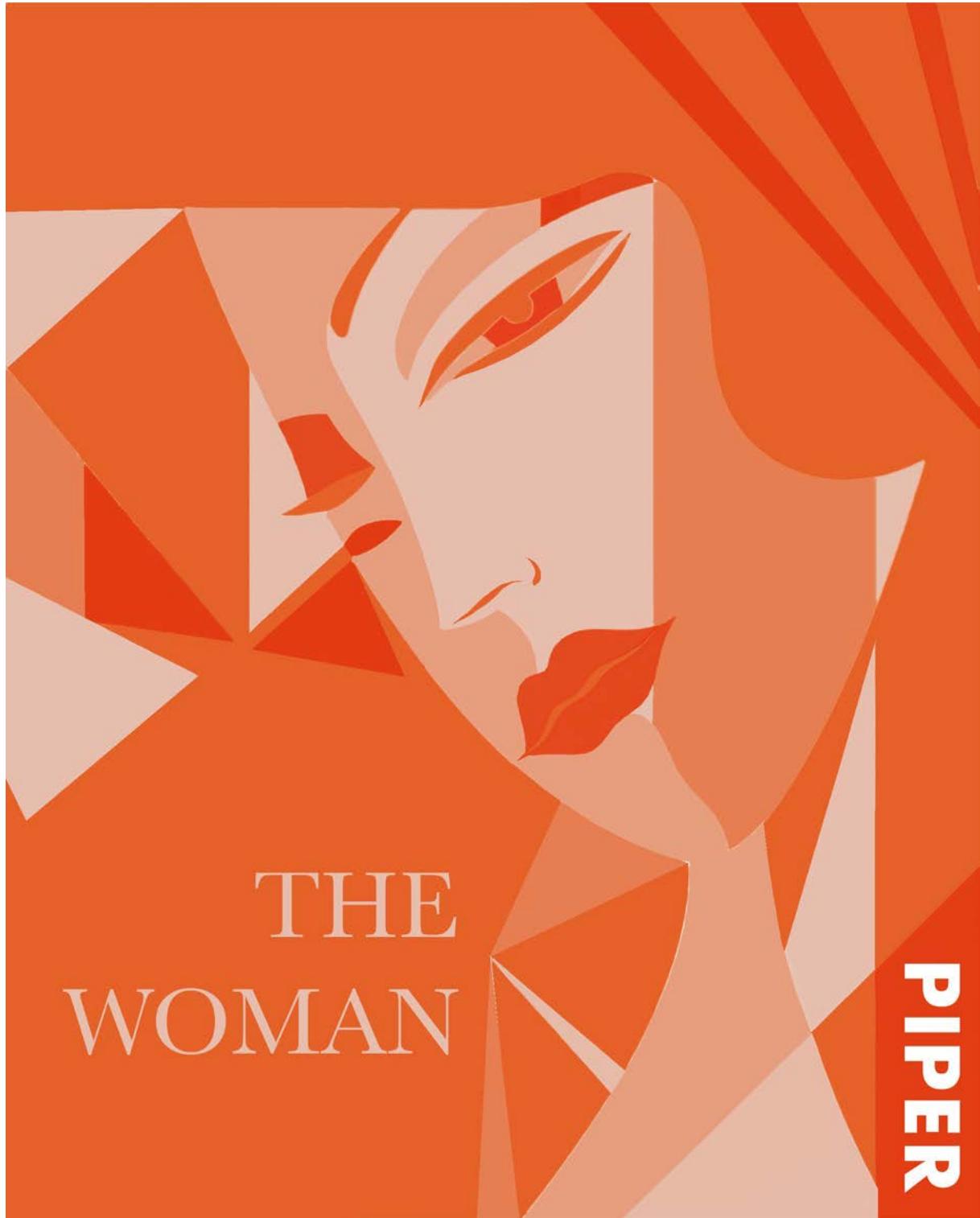
Bookcover



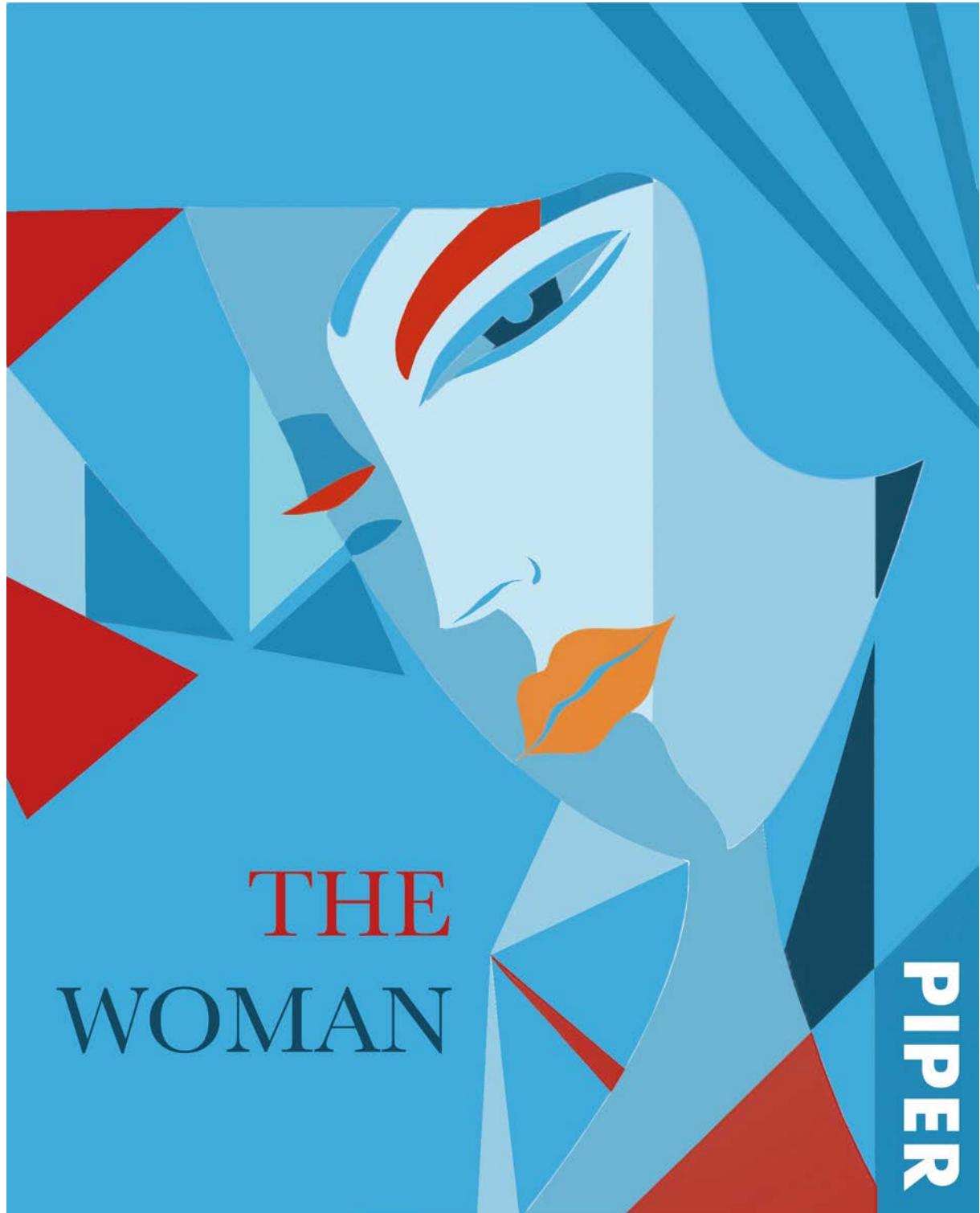
Buchcover

Bei der Gestaltung habe ich mich für das Motiv mit dem geometrischen Gesicht einer Frau entschieden. Dieses bietet die Möglichkeit, mit optischer Tiefe durch geschickte Farbgebung zu spielen. Der Fokus kann dabei auf verschiedenen Aspekten liegen, sei es den Augen, den Lippen, den Haaren oder anderen Gesichtsmerkmalen. Die Wahl dieses Motivs eröffnet eine Vielzahl kreativer Gestaltungsmöglichkeiten und ermöglicht es, die Aufmerksamkeit auf verschiedene Bereiche des Gesichts zu lenken, je nach gewünschtem visuellen Effekt.

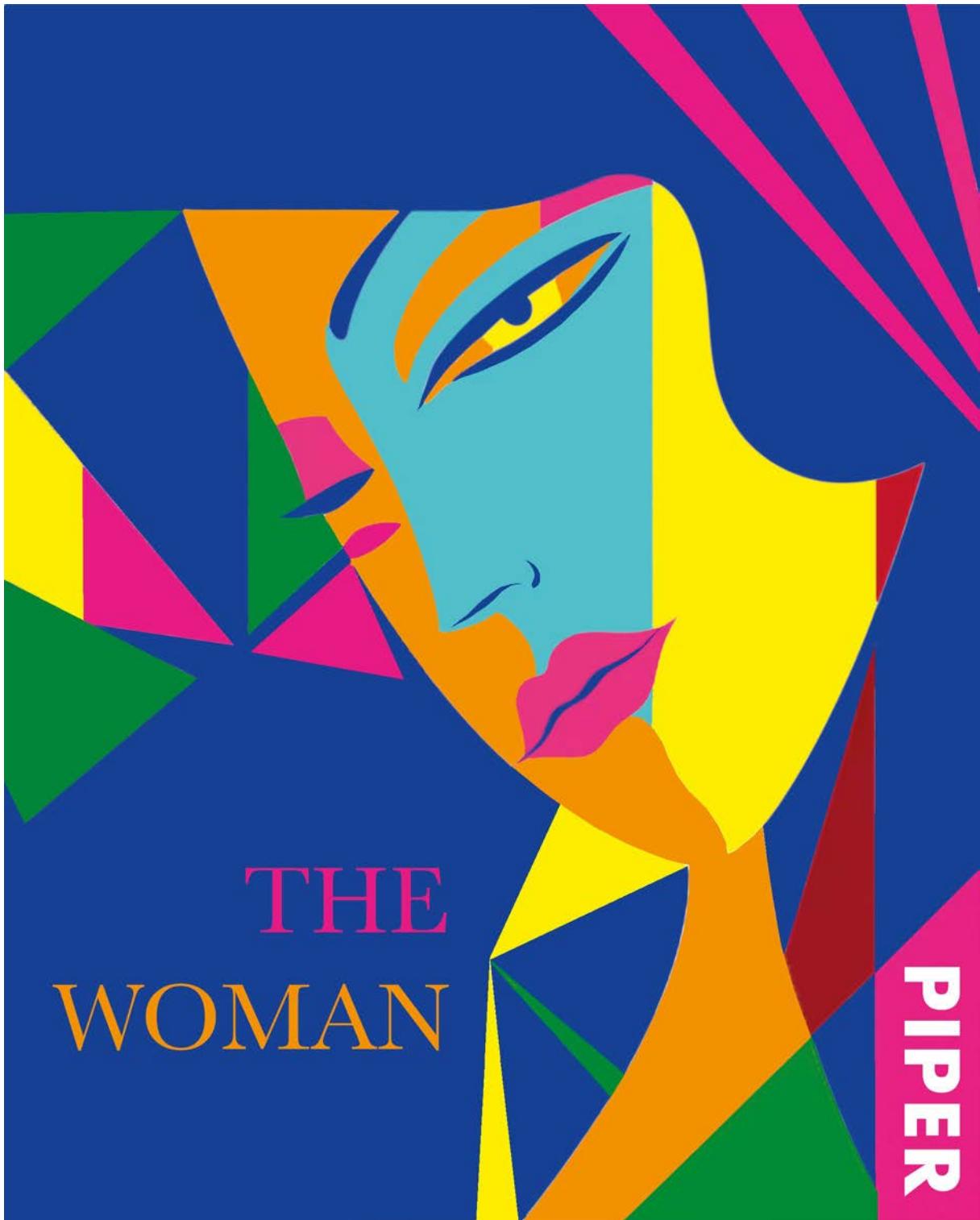




Für den Qualitäts- und Intensitätskontrast habe ich die Farbe Orange gewählt, da diese in den anderen Covern nicht vorkommt und somit für Vielfalt und Abwechslung in den Farben und Variationen sorgt. Der Fokus liegt gezielt auf den Lippen und den Augen, wodurch eine ausgeprägte Qualität und Intensität in diesen Merkmalen erzeugt wird. Das Bild strahlt eine ruhige, harmonische und warme Atmosphäre aus, wodurch der gewählte Farbkontrast subtil und dennoch wirkungsvoll zur Geltung kommt.



Für den Kalt-Warm-Kontrast habe ich bewusst die Lippen in Orange gewählt, um einen Fokus sowohl auf den Augen als auch auf den Lippen zu haben. Diese Kombination verleiht dem Cover eine besonders gefühlvolle Ausstrahlung, während die orangenen Lippen eine unmittelbare Nähe zum Betrachter suggerieren. Dieser bewusst gewählte Farbkontrast verleiht dem Gesamtbild eine starke visuelle Anziehungskraft und betont die emotionale Tiefe des Motivs.



Die Umsetzung des Bunt-Kontrasts war für mich der Teil der Aufgabe, bei dem ich besonders viel Spaß hatte. Durch die Verwendung von Magenta und Gelb, den Farben, die besonders strahlen, habe ich bewusst die Augen und Lippen betont. Das Cover strahlt eine schrille, laute und aufmerksamkeiterregende Aura aus, wirkt jedoch gleichzeitig heiter und fröhlich. Der Bunt-Kontrast verleiht der gesamten Komposition eine lebendige Energie und eine spielerische Leichtigkeit, die den Betrachter sofort in den Bann zieht.



Datum	23. November – 20. Dezember
Element	Feuer
Planet	Jupiter
Eigenschaften	<i>Großzügig Idealistisch Ungeduldig Unzuverlässig</i>





Schütze

Für einen Typografie-Fachkongress werden Visuals benötigt, die im Foyer auf digitalen 50-Zoll-Stelen als Eye-Catcher gezeigt werden und die zur Ankündigung für Instagram Stories verwendet werden sollen. Es geht dabei (ausnahmsweise) nicht um die Lesbarkeit von Texten, sondern um eine kreative Auseinandersetzung mit dem Charakter der Buchstaben einer ausgewählten Schriftklasse als Grafik.

Entwickeln Sie eine spannende Schrift-Inszenierung, bei der Sie die charakteristischen Buchstabenformen einer Schriftfamilie als grafisches Gestaltungsmittel einsetzen. In einem Format von 9:16 soll die Schrift im Mittelpunkt stehen. Dabei sollen zwei Schnitte der Schriftfamilie in Schwarz-weiß zu sehen sein. Um Aufmerksamkeit zu erregen, soll eine Akzentfarbe benutzt werden und Spannung mithilfe von Weißraum erzeugt werden.

Schrift- Inszenierung



Schrift-Inszinierung

Für die Schriftwahl entschied ich mich für eine Renaissance-Antiqua, genauer gesagt für LTC Goudy Old-style Pro. Mir gefiel besonders, dass die Schattenachse geneigt ist und der Anstrich sowie die Serifen eine schräge Ausrichtung aufweisen. Diese Merkmale waren bei dieser Schriftart am deutlichsten ausgeprägt. Sowohl die Regular- als auch die Italic-Variante zeigen die besonderen Merkmale einer Renaissance-Schrift. Die Regular-Version wirkt gerader und starrer, während die Italic-Version verspielter und dynamischer erscheint.

Der gewählte Grünton für die Schrift ist auffällig, jedoch nicht anstrengend. Diese Farbwahl verleiht der Schrift eine gewisse Präsenz, ohne dabei überwältigend zu wirken. Insgesamt tragen diese gestalterischen Entscheidungen dazu bei, dass die Schrift sowohl als markantes Designelement als auch als gut lesbare Textgrundlage fungiert.



The image displays a collection of letters from the LTC Goudy Oldstyle Pro font. The letters are arranged in a non-linear fashion across the page. Notable features include a large, bold black 'H' with a white interior, a black 'E' with a green 'n' nested within it, a black 'R' with a white interior, and a black 'A' with a white interior. There are also several letters in white with black outlines, such as 'T', 'I', 'J', 'D', and 'G'. A prominent feature is a large green circle in the bottom right corner, which contains the text "LTC Goudy Oldstyle Pro". The overall composition is dynamic and visually interesting, showcasing the versatility of the font's letterforms.



Datum	21. Dezember – 19. Januar
Element	Erde
Planet	Saturn
Eigenschaften	Verantwortungsbewusst Diszipliniert Besserwisser Pessimistisch

Steinbock





Die Werkschau einer weltweit bekannten Designer:in soll im Kurhaus Wiesbaden ausgestellt werden. Für die Ausstellungseröffnung muss ein Plakat entworfen werden, das auf das außergewöhnliche Event neugierig macht. Das Plakat soll im öffentlichen Raum an ausgewählten Litfaßsäulen im Rhein-Main Gebiet eingesetzt werden. Außerdem ist eine Anzeige im Sensor-Magazin geplant, für die eine Adaption des Plakatformats benötigt wird.

Gestalten Sie ein Plakat im Stil eines berühmten Designers, indem Sie sich von dessen Stil und Arbeiten inspirieren lassen. Es soll ein Plakat in DIN A1 und eine Anzeige für das Sensor Magazin entworfen und an einer Litfaßsäule und im Magazin simuliert werden. Auf dem Plakat sollen zudem alle Informationen zur Ausstellung gut zu erkennen sein . Ebenso müssen die Logos der Sponsoren im Plakat in den richtigen Maßen angegeben werden

09

Anzeige und

Ausstellungsplakat

Das Plakat

Bei der Auswahl einer Künstlerin für meine Inspiration fand ich den Stil von Malika Favre besonders interessant. Viele ihrer Werke haben einen subtilen sexuellen Touch, wobei ihr Werk „Sex Alphabet“ besonders faszinierend für mich war. Die Thematik der Lust, die in ihren Arbeiten präsent ist, wollte ich ebenfalls aufgreifen. Inspiriert von einer Figur aus ihrem Portfolio, habe ich diese umgestaltet, um meinen eigenen Vorstellungen gerecht zu werden.

Die Ausstellung soll das Thema der Lust verkörpern, wobei Rot als Hauptfarbe gewählt wurde, um thematisch zu harmonieren. Diese kreative Reise wurde von Malika Favres künstlerischem Ausdruck inspiriert und ermöglicht es mir, ihre Einflüsse in meinem eigenen Werk zu reflektieren und dabei eine einzigartige Perspektive auf das Thema Lust zu präsentieren.



Das Kama Sutra Alphabet
Malika Favre, 2013

meine Inspiration:



Eine Ausstellung im Kurhaus Wiesbaden

Malika Favre

15. März 2024
bis 19. Mai 2024

Die Entstehung der *Lust*



Sponsored by:







Eine Ausstellung im Kurhaus Wiesbaden
15. März 2024 bis 19. Mai 2024

Malika Favre

Die Entstehung der
Lust

Sponsored by:



Hochschule **RheinMain**



KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT
HESEN

Schicksalhaft verbunden

„GEMISCHTES DOPPEL“
IM MUSEUM WIESBADEN

Margarete und Oskar Moll sowie Mathilde und Hans Purmann waren wichtige Katalysatoren der europäischen Avantgarde. In Berlin gehörten sie der Bewegung kurz nach 1900 an, als der deutsche Im-

pressionismus an Expressivität zunahm, und gründeten gemeinsam 1908 in Paris die hoch frequentierte Académie Matisse. Die daraus resultierende enge Freundschaft mit Henri Matisse und die vielen ge-



genseitigen Besuche vor dem ersten Weltkrieg beförderten, dass der französische Fauvismus sehr schnell in Deutschland für Furore sorgen und von den aufgeschlossenen progressiven Künstler:innen rezipiert werden konnte.

Der Zeit voraus

„Gemischtes Doppel“ befragt mit den beiden bewusst ausgewählten Paaren – mit ihren populären Männern und auch deren zwei relativ unbekannten Partnerinnen – das gesellschaftliche Normengefüge und ihre Geschlechterrollen. Nicht nur entstammen alle vier großbürgerlichen, wilhelminisch geprägten Verhältnissen. Sie fassten etwa gleichzeitig für sich vor dem jeweiligen Kennenlernen des Partners den festen Entschluss, Künstler zu werden – und wollten – und sollten auch auf ausdrücklichen Wunsch der beiden Ehemänner – dies bleiben. Trotz der außergewöhnlichen Aufgeschlossenheit für gleichberechtigte Partnerschaften erwiesen sich gesellschaftliche Konventionen als schwer zu überwinden.

Umso erfreulicher und spannender, dass diese Schau nun die vier Künstler:innen konsequent gleichberechtigt mit jeweils 25 – überwiegend in dieser dunklen Jahreszeit besonders wohltuenden sehr farbintensiven – Werken zeigt und damit ihren Gemeinsamkeiten und Eigenständigkeiten nachspürt. Hinzu kommen mit sorgfältig ausgewählten Arbeiten von Lovis Corinth und Henri Matisse, entscheidende Inspirationsquellen der beiden schicksalhaft verbundenen Paare.

sensor präsentiert als Medienpartner: „Gemischtes Doppel – Die Molls und die Purrmanns“, bis 18. Februar 2024, Museum Wiesbaden. Jeden Freitag: „Kommen Sie zu viert und zahlen für zwei!“ – sensor lädt ein: Besuch der Ausstellung mit Führung – gratis am 14. Dezember um 17 Uhr. Anmeldung bis 8. Dezember per Mail mit Angabe der Postanschrift an hallo@sensor-wiesbaden.de. (Begrenzte Plätze, Vergabe nach Eintritt).

Sehnsucht nach gelingendem Leben

„RESONANZRÄUME“ IM
NASSAUISCHEN KUNSTVEREIN

Wie können Resonanzbeziehungen zur Welt aufgebaut werden und Räume des Dialogs entstehen? Die künstlerische „Forschungsgruppe RESONANZRÄUME“ stellt Grundfragen nach einem gelingenden Leben oder zumindest der Sehnsucht nach einem solchen, basierend auf der These, dass sich ein solches in Räumen und deren Darstellung manifestiert. Kunst wird als ein Erkenntnismedium verstanden, das sowohl Wissen produziert – als auch Impulse gibt, selbst an unserem Verhältnis zur Welt zu arbeiten.

Warum Weltbeziehungen so häufig im Stadium der Entfremdung verharren und es nur so selten gelingt, Resonanzbeziehungen zur Welt aufzubauen, ist eine Kernfrage des Jenaer Soziologen Hart-

mut Rosa. Der von ihm formulierten Gesellschaftsanalyse liegt eine rigorose Analyse von Phänomenen wie „Entschleunigung“, „Unverfügbarkeit“, „Resonanz“ sowie einer „konvivialistischen Gesellschaft“ zugrunde. Seine Theorien, die seit einem Jahrzehnt zu den am meisten diskutierten neueren Ansätzen in den Gesellschafts- und Geisteswissenschaften gehören, werden in den vorgestellten künstlerischen Projekten der Ausstellung auf Reichweite und Relevanz befragt und konkretisiert.

Gemeinsam ist den vorgestellten Projekten – von Kay Fingerle, Juiane Henrich, Holger Kleine, Ralf Kunze, Theo Steiner – der Wunsch, eine ästhetische Sozialforschung mit raumkünstlerischer Grund-

lagenforschung zu verbinden. In den Medien Fotografie, Film und Zeichnung werden das Teilen von gemeinschaftlich genutztem Raum und die Konstruktionen von gebauter Natur hinterfragt.

Die 2021 ins Leben gerufene Arbeitsgruppe Resonanzräume ist Teil des neuen künstlerisch-gestalterischen Forschungsschwerpunkts „Artistic & Design Research in Media & Architecture“ (ADRIMA) im Fachbereich DCSM (Design, Informatik, Medien) der Hochschule RheinMain und entsprechend eng mit der Stadt und der Region ver-



bunden. Das gemeinsame Anliegen, ästhetische Sozialforschung oder raumkünstlerische Grundlagenforschung zu betreiben, um mögliche Zukünfte zu erkunden und dabei bestenfalls selbst zu einem Katalysator für Veränderung zu werden, verbindet die Forschungsgruppe – gleichzeitig ist sie durch die interdisziplinäre Ausrichtung ihrer Mitglieder weit gefächert aufgestellt.

sensor präsentiert als Medienpartner: „Resonanzräume“ im Nassauischen Kunstverein, bis 17. Dezember.

**kunst & kultur
HARTENBACH**
EINZIGARTIG INSZENIEREN

Unser Blog öffnet die Tür zu aktuellen Ausstellungen und Kultur-Veranstaltungen in Wiesbaden und der Umgebung. Hier erfahren Sie mehr über unsere vielfältige Projektwelt und erhalten aktuelle Informationen rund um das Thema Kunst. Tauchen Sie ein und lassen Sie sich von unseren Geschichten inspirieren.

Interesse geweckt? ↗



Unser Blog



Figuration-Abstraktion

kunst-schaefer

Galerie | Einrahmung | Restaurierung

Di bis Fr 10 – 18 Uhr
Samstag 10 – 16 Uhr
Faulbrunnenstr. 11, Wi

DAVID GARRETT TRIO

ICONIC TOUR 2024

2.4.24 MAINZ RHEINGOLDHALLE

eventim+ TICKETS: www.cofo.de 

**KUNST
HANDWERK** **20
23**



Verkaufsausstellung
8.12.–10.12.
11:00 bis 19:00 Uhr
Rathausoyer Wiesbaden

- Advertorial



Eine Ausstellung im Kurhaus Wiesbaden
15. März 2024 bis 19. Mai 2024

Malika Favre

Die Entstehung der
Lust

Sponsored by:

 Hochschule RheinMain



 KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT
HESSEN

Datum	20. Januar – 18. Februar
Element	Luft
Planet	Uranus
Eigenschaften	Progressiv Originell Distanziert Kompromisslos





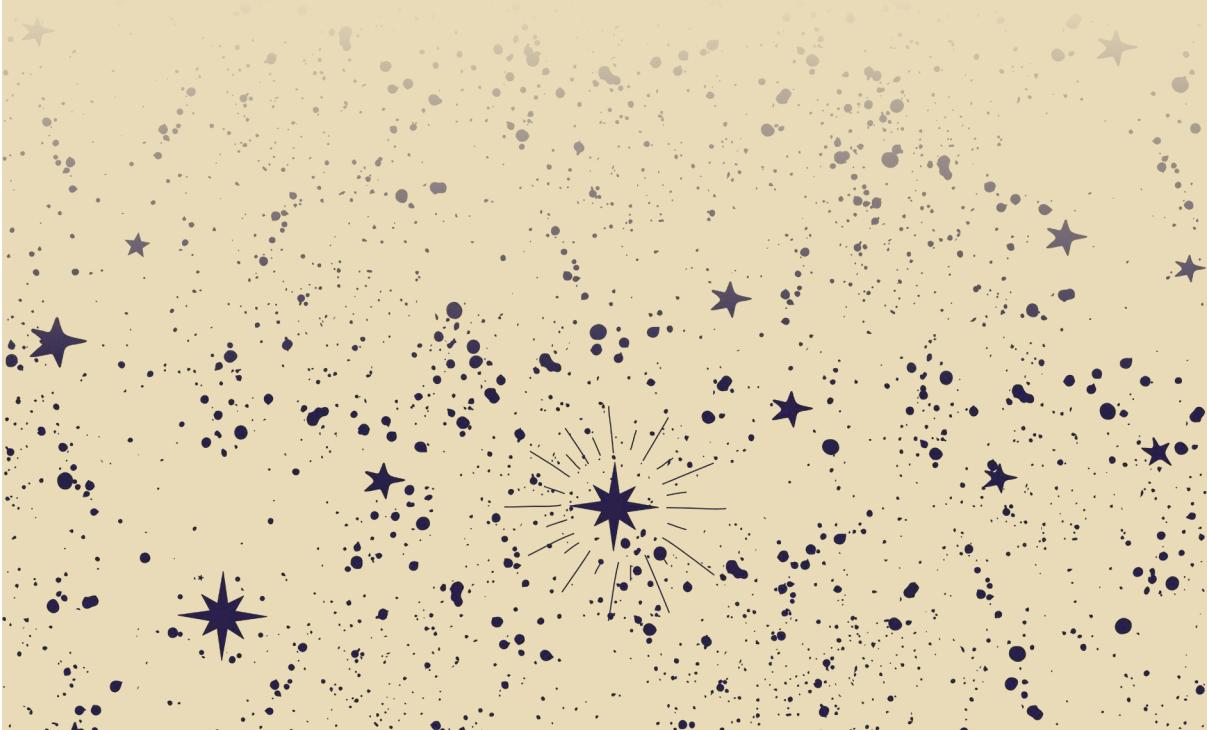
Wassermann

Gestalten sie zwei Texte passend zum jeweiligen Kontext.

Achten Sie dabei auf eine angemessene Gestaltung, optimale Lesbarkeit und einen ordentlichen Zeilenumbruch. Das Layout können Sie nach eigenem Ermessen wählen.

Finden Sie bitte eine von Ihrer Bookletgestaltung abweichende Umsetzung für diese Aufgabe, was die Auswahl der typografischen und satztechnischen Mittel betrifft (andere Schriften und anderes Gestaltungsraster als in Ihrer Booklet-Gestaltung).

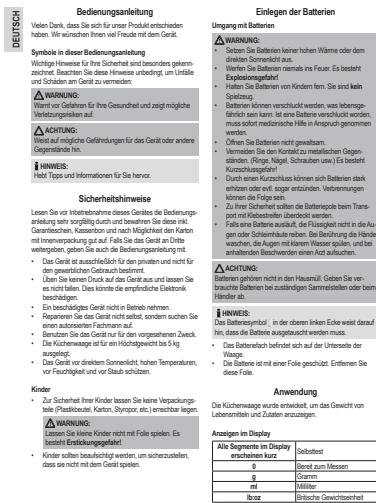
Recherchieren und dokumentieren Sie für jede Textart ein gutes Beispiel und beschreiben Sie, welche Merkmale die guten Beispiele ausmachen.



Satz



Layout



— Nachdem ich mir mehrere Beispiele angesehen habe, ist mir aufgefallen, dass die meisten Bedienungsanleitungen ähnliche Merkmale aufweisen. So sind einzelne Abschnitte durch einen Kasten grafisch unterteilt. Diese visuelle Struktur erleichtert dem Nutzer das zügige Finden der gesuchten Erklärungen, indem sie eine schnellere Orientierung ermöglicht. Zusätzlich werden Piktogramme benutzt, um wichtige Abschnitte gezielt zu symbolisieren. Diese visuellen Symbole dienen als visuelle Anker, die auf wichtige Informationen hinweisen und somit die Benutzerfreundlichkeit der Anleitung verbessern. Insgesamt sind Anleitungen intuitiv, effizient und benutzerfreundlich aufgebaut, legen jedoch weniger Wert auf Ästhetik und

— Wirkung.

In meinem Layout habe ich versucht die oben genannten Punkte zu implementieren und durch die farbigen statt grauen Kasten auch das Ästhetische zu implementieren.

Ein guter Zeitungsartikel zeichnet sich durch einen klaren Aufbau aus, bei dem das Thema bereits auf den ersten Blick erkennbar ist. Ein herausragender „Eyecatcher“, meist ein passendes Bild, wird strategisch platziert, um das Interesse der Leser zu wecken und sie zum Lesen zu animieren. Obwohl der Artikel eine Fülle an Informationen und Text enthält, wird darauf geachtet, dass er nicht überladen wirkt. Die gezielte Verwendung von Farben dient dazu, die Aufmerksamkeit der Leser zu lenken und wichtige Informationen visuell hervorzuheben. Diese bewusste

Gestaltung soll sicherstellen, dass der Leser die Inhalte leicht erfassen kann, während gleichzeitig eine ansprechende und übersichtliche Darstellung gewährleistet ist. In meinem Beispiel ist Grün die Hauptfarbe, welche passend zum Bild und zum Thema gewählt wurde. Eine Serifenbetonnte-Antiqua wurde gewählt, da dieser die beste Lesbarkeit für kleinen und dichten Text aufweist.



Tastenfunktion

HINWEIS:

Die Einschalttaste befindet sich vorne links unterhalb des Displays

Tasten/Funktionen

- | | |
|------|---|
| MODE | Zum Umschalten zwischen Wiegeprogramm und Stückzählprogramm |
| ZERO | Zur Nullsetzung der Waage im Wiegemode
Zum Addieren im Stückzählmodus |
| TARE | Zum Tarieren eines gewünschten Gewichtswertes im Wiegemodus
Zum Reduzieren im Stückzählmodus |
| UNIT | Zum Umschalten zwischen den Gewichtseinheiten (kg, g, lb) |

Display Symbole

- | | |
|--------|---|
| EEEEEE | Überlastung, gleichzeitig ertönt ein Signal-Ton –
Gegenstand sofort von der Plattform nehmen! |
| O | Anzeige, dass der erreichte Gewichtswert stabil
angezeigt wird / Anzeige des Gesamtgewichts
(Bruttogewicht). |
| T | Anzeige, dass ein fester Gewichtswert gespeichert
wurde, der bei jedem folgenden Wiegevorgang
abgezogen wird (TARE-Symbol). |
| - 0 - | Anzeige, dass die Waage auf Null zurückgeführt ist |
| + - | Anzeige, dass die Batterie schwach wird. |

Betreiben der Waage

Gewichtsbestimmung

Waage mittels des links unter der Waage angebrachten An-/Ausschalter anschalten. Für ca. 3 sec erscheint „SYS - UP.“ Dann erfolgt der Testdurchlauf 0000,1111,2222 – Danach wird kurzfristig Volt 6.0 (je nach Ladezustand) angezeigt. Dann geht die Waage in den Wiegemodus über. Falls die Waage keine Nullstellung erreicht, ist die ZERO-Taste zu drücken. Nullausgleich kann bis ca. 4 % der Tragkraft erfolgen. Die Nullstellung wird durch –0– angezeigt. Anzeige erfolgt nur bei unbelasteter Warenplatte. Die Waage ist nun einsatzbereit.

Nullstellen der Waage

Durch Betätigen der Taste Zero werden Messungenauigkeiten nach dem Einschalten der Waage kompensiert und vor dem eigentlichen Wiegevorgang auf Null gesetzt.

Einstellung der Gewichtseinheit

Durch Betätigen der UNIT- Taste wählen Sie zwischen den verschiedenen Gewichtseinheit (kg, g, lb).



Alarmfunktionen

Überlastung

Bei Überlastung der Waage wird dieses durch ein Piep-Signal sowie durch die Anzeige EEEEE signalisiert. Damit die Waage keinen Schaden nimmt, ist die Überlastung sofort zu beseitigen.

Unterlast-Signal

Falls die Waagschale nicht aufgelegt ist, erfolgt ebenfalls ein Piep-Signal und die Anzeige AdL--- erscheint.

Batterie-Alarm

Die Waage ist mit einer wieder aufladbaren Batterie versehen. Sollte die Spannung zu niedrig sein, wird dieses im Display angezeigt und eine Aufladung (ca. 12 Std.) über das Netzgerät ist erforderlich. Die Batterie-Anzeige blinkt, wenn der Akku geladen werden muss. Die CHARGE-Anzeige leuchtet während des Ladevorgangs gelb. Die Waage muss für die Komplettladung des Akkus ausgeschaltet sein. Eine extreme Entladung des Akkus muss unbedingt vermieden werden.

Tara Funktion

Mit Hilfe dieser Funktion kann der Anwender Gegenstände zusammen mit anderen Dingen (z.B. Behälter, Folie oder Papiertuch) wiegen, ohne dass das Gewicht dieser Dinge das Wiegeergebnis beeinträchtigt.

1. Starten Sie die Waage
2. Stellen Sie die Waage wenn nötig durch Betätigen der Zero Taste auf Null. Im Display erscheint Zero
3. Legen Sie die zu tarierenden Gegenstände auf die Plattform (z.B. Behälter, Folie oder Papiertuch)
4. Betätigen Sie die Tare Taste, um die Nullstellung vorzunehmen. Im Display erscheint jetzt die Anzeige '0.00' und das TARE-Symbol (T) ist sichtbar
5. Legen Sie den zu wiegenden Gegenstand auf die Ablage.
6. Das in der Anzeige abzulesende Gewicht ist das des zu wiegenden Gegenstandes

Wenn die gespeicherten Gegenstände immer die gleichen sind, können Sie jetzt einen weiteren Gegenstand wiegen. Die Waage zieht automatisch das gespeicherte Gewicht ab, und es erscheint das Nettogewicht des Gegenstandes. Schaltet sich die Waage automatisch aus, da sie im Batteriebetrieb genutzt wird, erlischt der Inhalt des Tara Speichers. Wollen Sie den gespeicherten Wert korrigieren oder löschen, sorgen Sie für eine komplette Entlastung der Waage und betätigen die Tare-Taste erneut.

Sicherheitsüberprüfung

Ein gefahrloser Betrieb ist nicht mehr gewährleistet

- Wenn das Netzgerät oder die Zuleitung sichtbare Beschädigungen aufweist
- Wenn das Netzgerät nicht mehr arbeitet
- Nach längerer Lagerung in feuchten Räumen

Benachrichtigen Sie in diesen Fällen zu Ihrer eigene Sicherheit Ihren Servicepartner.

Technische Daten

Höchstlast: 3 kg

Ziffernschritt: 0,1 g

Wiegefläche. 260 × 215 mm

Abmessungen: 260 × 125 × 310 mm

Tara-Ausgleich und Minusanzeige für Entnahmewägung

Stückzählungsprogramm

Stromversorgung: Netz- und Akkubetrieb für 230 V Wechselstrom

Künstliche Intelligenz – Emissionsvermeider oder selbst Klimasünder?

Künstliche Intelligenz kann eine Schlüsseltechnologie im Kampf gegen den Klimawandel sein oder ihn weiter vorantreiben. Schon heute existieren viele Anwendungen, die helfen Emissionen zu reduzieren. Doch bei falschem Einsatz lauern auch Gefahren ...

Nicht nur für die nächste Filmempfehlung gut – Prognosen durch KI

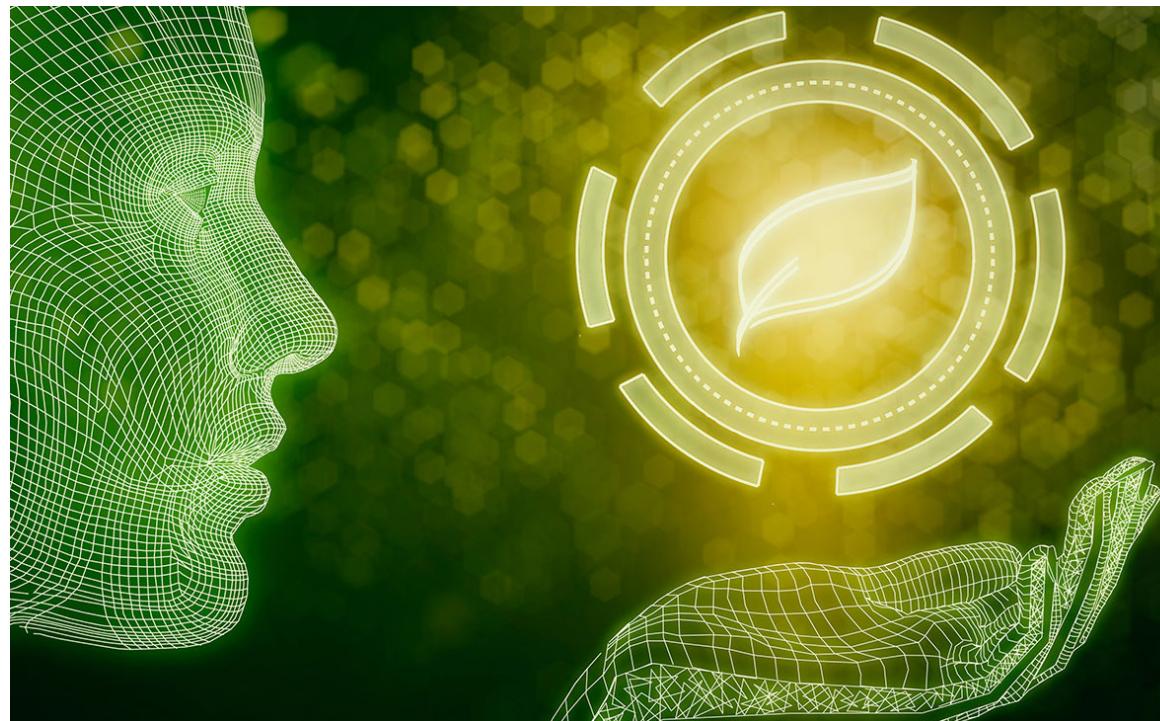
KI wird oft als Sammelbegriff für verschiedene Technologien verwendet, bei denen Computerprogramme nicht nur auf im Vorhinein festgelegten Regeln basieren, sondern selbstständig Beziehungen aus großen Datenmengen erlernen. Dies ermöglicht es, komplexe Beziehungen abzubilden und genaue Vorhersagen zu treffen. Selbst Phänomene, die sich mit physikalischen Regeln nicht oder nur unzureichend beschreiben lassen, können so abgebildet werden. Beispielsweise lässt sich nur schwer eine mathematische Regel dafür finden, welchen Film eine Person als nächstes schauen möchte. Für KI ist es jedoch einfach, eine Empfehlung basierend auf dem Verhalten ähnlicher Nutzerinnen und Nutzer zu geben. Diese Fähigkeit, aus Daten Muster zu erkennen und Verhalten zu prognostizieren, macht KI besonders geeignet für den Einsatz in der Nachhaltigkeit.

Laut einer Studie von Microsoft und der Beratungsgesellschaft PwC aus dem Jahr 2019 könnte der durchgängige Einsatz der Technologie die Treibhausgasemissionen weltweit bis 2030 um bis zu 4 Prozent senken.

Der größte Emissionstreiber: die Energiewirtschaft

83 Prozent der Emissionen in Deutschland sind energiebedingte Emissionen, die auf die Verbrennung von fossilen Stoffen zur Energieerzeugung zurückzuführen sind. Künstliche Intelligenz kann hier in mehreren Bereichen unterstützen. Zunächst im Ausbau der erneuerbaren Energien, wo mit Hilfe datengestützter Methoden die besten Flächen für neue Windkraftanlagen und Solarparks gefunden werden können. Die Universität Oldenburg entwickelt dafür ein KI-System, welches nicht nur Geoinformationsdaten, sondern auch demografische Faktoren nutzt, um Standorte mit hohem Ertrag und hoher Akzeptanz in der Bevölkerung zu identifizieren. Auch im Betrieb kann KI einen wertvollen Beitrag leisten. Immer wieder müssen Photovoltaik- oder Windkraftanlagen abgeschaltet werden, da sonst die Stromnetze überlastet werden. Durch die schwankenden Wetterbedingungen lässt sich die Energieerzeugung von Erneuerbaren nur schlecht vorhersagen. Deswegen ist ein hoher Anteil an Regelenergie aus fossilen Kraftwerken in den Energienetzen nötig. Um die Energie aus Windparks besser nutzen zu können, setzt die Firma Deepmind KI zur Vorhersage des Energieertrags ein. Durch Verknüpfung von Wetter- und Anlagendaten ist es gelungen, die Lieferungen ans Energienetz 36 Stunden im Voraus zu bestimmen und so die Energie 20 Prozent besser nutzen zu können.

Im Angesicht der drohenden Klimakrise hoffen viele Menschen auf eine technologische Lösung zur Rettung des Planeten. Viel Hoffnung wird insbesondere in Künstliche Intelligenz (KI) gesetzt, da diese als Querschnittstechnologie in vielen Bereichen helfen kann, Emissionen und Ressourcenverbräuche zu reduzieren.



Reduktion am Ort des Verbrauchs: Emissionen in Städten

Städte wie Amsterdam, Kopenhagen, Helsinki, Paris, Stavanger und Tallinn haben gemeinsam den Innovationswettbewerb AI4Cities ins Leben gerufen, um innovative KI-Lösungen zur Reduzierung von Emissionen in den Bereichen Energie und Mobilität zu finden. Von über 100 Einreichungen haben sieben Lösungen den Weg in die praktische Anwendung gefunden. Eine davon ist BEE („Building Energy Efficiency“), entstanden aus der Zusammenarbeit eines deutschen und finnischen Startups. BEE synchronisiert die Energienutzung in Gebäuden mit erneuerbarer Energieerzeugung, indem es täglich Vorhersagen erstellt, um den optimalen Zeitpunkt für den Betrieb von Klimaanlagen, Heizungen oder das Laden von Elektroautos zu bestimmen. Durch die Anpassung des Stromverbrauchs können die Emissionen eines Gebäudes im Durchschnitt um 20 Prozent reduziert werden.

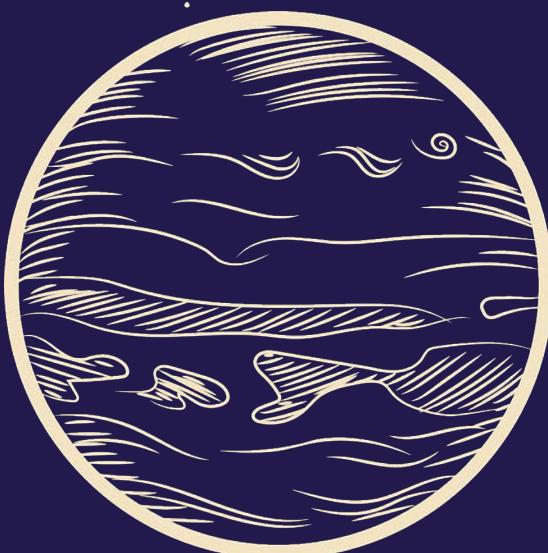
Fazit

KI kann als Querschnittstechnologie in unterschiedlichen Branchen einen wichtigen Beitrag leisten, um Emissionen zu verringern. Jedoch lauern auch Gefahren durch Rebound Effekte und den Energieverbrauch von KI selbst. Ob sich die Technologie letzten Endes positiv oder negativ auf den Klimawandel auswirkt, lässt sich nicht pauschal beurteilen. Setzen Politik, Städte und Unternehmen KI aber verantwortungsvoll zur Reduktion von Ressourcen ein, kann der Wandel zu einer klimaneutralen Gesellschaft beschleunigt werden. Eine schnellstmögliche Umsetzung ist dabei dringend gefragt – nicht nur in Zeiten der Energieknappheit.

Ein Gastbeitrag von Lucas Spreiter



Datum	19. Februar – 20. März
Element	Wasser
Planet	Neptun
Eigenschaften	<i>Mitfühlend Intuitiv Ängstlich Emotional</i>



Fische



Die Wiesbadenerinnen Liesel Scharff und Caroline Stempel gründeten tierly, ein Modelabel, das nachhaltige Streetwear aus Bio-Baumwolle anbietet. Für jedes verkauftes Produkt spendet tierly an eine Tierschutzorganisation in Griechenland. Ihre individualisierbare Kollektion unter dem Motto „Design your own“ zielt darauf ab, bei einer jungen Zielgruppe mit Nachhaltigkeit und Tierschutz zu punkten.

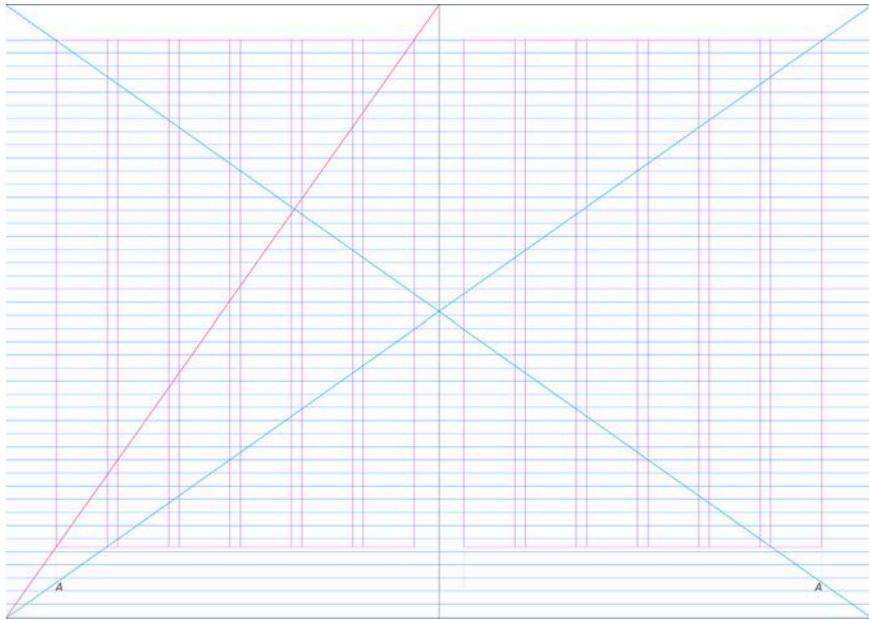
Entwickeln Sie eine Imagebroschüre basierend auf dem Briefing, die ihrem Anspruch gerecht wird. Es soll eine Titelseite und drei Doppelseiten entworfen werden. Dabei soll das Dokument ein Layout und ein Raster bekommen, um ein einheitliches Ergebnis zu erzielen



Broschüren- Layout



Broschüre



Für die Gestaltung meiner Broschüre wählte ich bewusst das Unternehmen tierly aus, da mich ihre Philosophie und Produkte überzeugten. Das vorgegebene Layout wurde präzise umgesetzt, mit 6 Spalten und einem 12mm Innenrand. Farblich orientierte ich mich an den Minztönen des Logos und fügte einen blass-rosanen Ton hinzu, um der Broschüre eine ansprechende Farbdynamik zu verleihen.

Geometrische runde Formen wurden ein-

gebaut, um eine herzliche Wirkung zu erzielen und eine visuelle Verbundenheit zu tierly zu schaffen. Bei der Schriftart entschied ich mich für eine seriflose Variante, die optimal zur Website des Unternehmens passt. Durch diese gestalterischen Entscheidungen wollte ich sicherstellen, dass die Broschüre nicht nur informativ, sondern auch ästhetisch ansprechend und in Übereinstimmung mit der Corporate Identity von tierly gestaltet ist.





tierly.

Nachhaltig. Fair. Individuell.

Hey, wir sind tierly!

Wir sind Caro und Liesel – die Gründerinnen von tierly. Neben einer langen Freundschaft verbindet uns schon lange die Liebe zu Tieren. Wir beide sind schon in unserer Kindheit mit Tieren aufgewachsen und so ist tierly zu unserem Herzensprojekt geworden. Mit unserer nachhaltigen und personalisierbaren tierly-Kollektion spenden wir daher pro Produkt an den Hundegarten Serres in Griechenland. Fair Fashion ist unserer Meinung nach mehr als nur ein Trend. Es ist ein Weg, Verantwortung für unsere Umwelt und die Menschen, die in der Modeindustrie arbeiten, zu übernehmen. Lasst uns gemeinsam ein Vorbild sein und mit einem bewussteren Konsumverhalten Stück für Stück eine bessere Zukunft anstreben.



Design your own! Faire Produktion

Gestalte jetzt dein individuelles nachhaltiges Kleidungsstück
Egal ob ein personalisiertes Geschenk zur Geburt des Babys, eure individuellen T-Shirts für den nächsten JGA oder einfach ein ganz persönlich designtes Kleidungsstück als Unikat - bei uns im Shop findest du für jeden Anlass das passende, nachhaltige Produkt.

Vom Feld bis hin zu euch nach Hause ist es ein langer Weg. In jedem Schritt der Lieferkette möchten wir ein Höchstmaß an Verantwortlichkeit gewährleisten. Die Biobaumwolle, die aus Indien bezogen wird, durchläuft mehrere Stationen von der Plantage bis zum fertigen Kleidungsstück, das letztlich von Stanley/Stella in Europa verkauft wird.



Unsere Mission?

In Ländern wie Rumänien oder Griechenland sind die Zustände der Straßenhunde und Katzen leider miserabel. Somit haben viele treue Seelen ohne finanzielle Hilfen und dem Engagement von Tierschutzorganisationen kaum eine Überlebenschance. Vor diesem Hintergrund haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, den Tierschutz zu unterstützen. Daher möchten wir mit unseren Produkten den Hunden in Griechenland etwas Gutes tun und Leben retten. Mit dem Kauf eines unserer Produkte spendet tierly an den Hundegarten Serres e.V. in Griechenland. Dadurch wird Hunden in Not geholfen und durch die Spende wird in Futter sowie in notwendige Tierarztleistungen investiert.

Tranparente Kommunikation

Wir beziehen unsere nachhaltigen Textilien von Stanley/Stella und lassen sie anschließend On-Demand von einer lokalen Druckerei aus Wiesbaden individuell mit nachhaltigem Viskosegarn (bestehend aus 100% FSC-zertifizierten Rohstoffen) besticken.

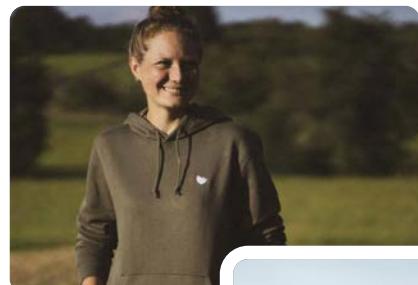
Weiteres aus unserer Kollektion



Sweatshirts



Baby und
Kinder



Hoodies



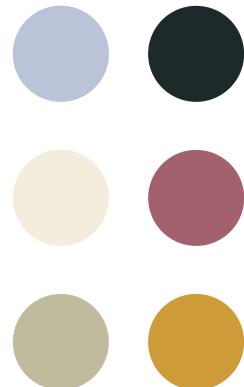
Mützen und
Hüte

Unsere Unisex T-Shirts

ANGENEHM. LOCKER. LÄSSIG.

Gestalte dir jetzt dein individuelles-T-Shirt! Shirt Farbe, Stickmotiv und Stickfarbe sind frei wählbar.

- Mit dem Kauf dieses Produktes spendet tierly an den Hundergarten Serres e.V. in Griechenland
- Verantwortungsvoll & nachhaltig produziert
- 100% gekämmte ringgesponnene Bio-Baumwolle
- Stick-Schriftzug aus 100% FSC-zertifizierten Rohstoffen



Größe	XXS	XS	S	M	L	XL	XXL	XXXL	XXXXL
Breite	43,5	46	49	52	55	58	61	64	69
Länge	64	66	69	72	74	76	78	80	82
Ärmel-länge	19	19,5	20,5	21,5	22,5	22,5	23,5	24,5	24,5

Katze



personalisierter
Text



Regenbogen



Herz



Dackel



Vizsla

Tierschutzprojekt Hundegarten Serres e.V.

Der Hundegarten Serres unterstützt das städtische Tierheim und zahlreiche private Pflegestellen in und um Serres herum.

Der Tierschutzverein hat es sich zur Aufgabe gemacht, misshandelte, vernachlässigte und heimatlose Tiere von den Straßen Griechenlands zu retten und sie in ein liebevolles Zuhause zu vermitteln. Der Hundegarten Serres ist eine gemeinnützige Organisation, die in erster Linie von Ehrenamtler*innen geleitet wird, die ihre Zeit und ihre Ressourcen zur Verfügung stellen,

um diese Tiere zu versorgen, ihnen medizinische Hilfe zukommen zu lassen, von Griechenland nach Deutschland zu holen und hierzulande unterzubringen. Seit der Gründung im Jahr 2011 hat der Hundegarten Serres e.V. bereits unzählige Hunde in liebevolle Heime vermittelt. Das städtische Tierheim in Serres ist für 80 Hunde ausgelegt. Die beiden Gebäude mit jeweils rund 40 Zwingern und das Hauptgebäude liegen auf einem großen, von einem Zaun umgebenen Freigelände.





Unser gemeinsamer Weg zu mehr Nachhaltigkeit

Unterstütze jetzt aktiv den Tierschutz mit unserer neuen nachhaltigen und individuellen tierly-Kollektion. Denn durch den Kauf unserer tierly Produkte tust du nicht nur unserer Umwelt etwas Gutes. Gleichzeitig unterstützt du auch ein Tier in Not. Mit dem Kauf unserer Produkte spenden wir an den Hundegarten Serres e.V. in Griechenland. So helfen wir Hunden in Not und durch die Spende werden Futter sowie notwendige Tierarztleistungen finanziert.

Wir möchten mit tierly aktiv zum Umdenken anregen und uns für ein nachhaltigeres Konsumverhalten in der Gesellschaft einsetzen.

Mit unserem Label möchten wir die Vorteile der deutschen Wirtschaft nutzen, um den sozialen Missständen in anderen Ländern entgegenzuwirken und so zu einem besseren Miteinander von Mensch und Tier beitragen. Das schaffen wir jedoch nur gemeinsam mit euch und einem nachhaltigeren Konsumverhalten. Dies gelingt schon durch kleine Dinge, wie beispielsweise dem Kauf eines T-Shirts.



Datum	21. März - 20. April
Element	Feuer
Planet	Mars
Eigenschaften	<i>Mutig Selbstbewusst Launisch Ungeduldig</i>



Widder

Da Sie schon in jungen Jahren im Rahmen Ihres Studiums an der Hochschule RheinMain für die Zukunft der Medieninformatik einen international bedeutenden Beitrag geleistet haben, hat das Europäische Währungs- institut beschlossen, speziell für die HSRM eine zusätzliche Euro-Banknote mit Ihrem Portrait einzuführen. Da noch nicht entschieden ist, für welchen Nennwert Ihr Portrait eingesetzt wird, werden Sie mit der Gestaltung von Vorderseiten-Entwürfen für die Nennwerte 20 Euro, 50 Euro und 100 Euro beauftragt.

Das Layout der Scheine soll den Original-Abmessungen der 20, 50 und 100 Euro Scheinen entsprechen. Auf jedem Schein soll für den Seriencharakter ein Portrait von mir integriert werden mit einem geometrischen Muster zur Fälschungssicherheit. Auf jedem Schein soll ebenfalls das Erstellungsdatum, der Wert des Scheines, mein Name mit meiner Unterschrift und das Logo der Hochschule Rhein Main. Die Scheine sollen Seriencharakter haben, dürfen jedoch nicht identisch sein.



HSRM-

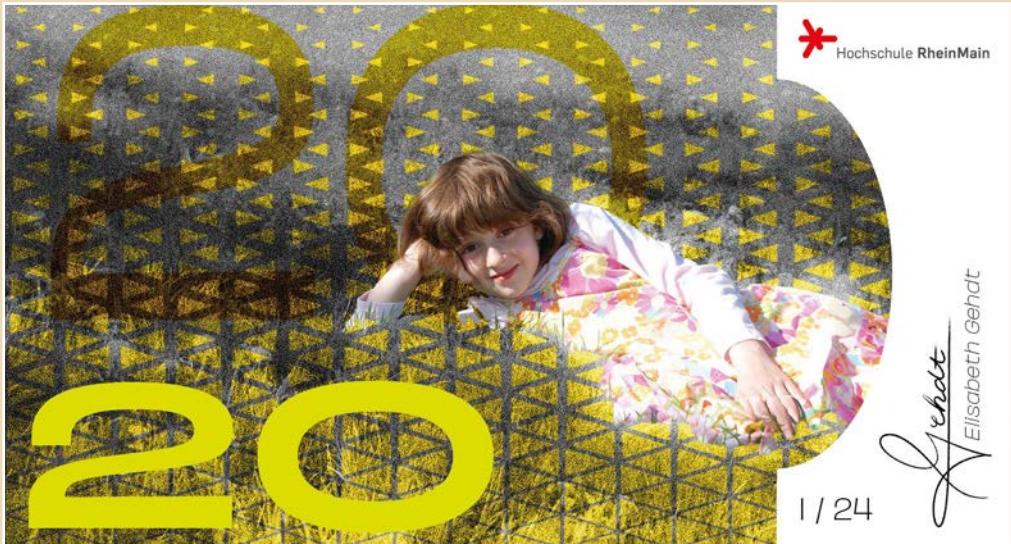
Geldscheine



Geldscheine

Für den Entwurf meiner Geldscheine habe ich persönliche Bilder genutzt, auf denen ich in ähnlicher Pose liege. Diese Bilder, die zu meinen Favoriten gehören und eine humorvolle Note haben, wurden in aufsteigender Reihenfolge nach meinem Alter sortiert. Jeder Geldschein repräsentiert einen bestimmten Lebensabschnitt.

Das Design der Geldscheine umfasst einen Seriencharakter, der durch ein geometrisches Muster gekennzeichnet ist und gleichzeitig als Sicherheitsmerkmal gegen Fälschungen dient. Innerhalb des Musters integrierte ich Bilder von mir in derselben Pose, die links unten auf dem Schein platziert sind. Der Wert des Geldscheins ist geschickt in das Bild integriert. Die Farbgebung wurde passend zu jedem Bild gewählt, um eine stimmige und individuelle Gestaltung für jeden Geldschein zu erreichen. Diese kreative Umsetzung verleiht den Geldscheinen nicht nur einen persönlichen Touch, sondern integriert auch Elemente zur Fälschungssicherheit.

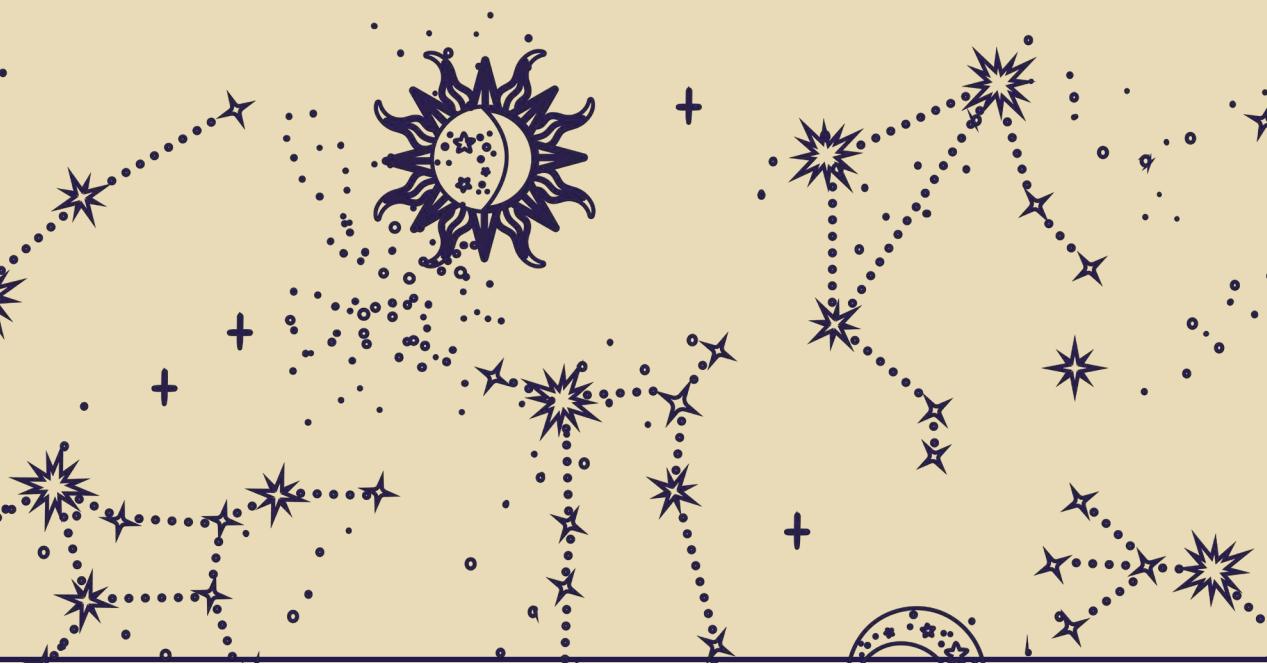




Datum	21. April – 21. Mai
Element	Erde
Planet	Venus
Eigenschaften	Zuverlässig Hingebungsvoll Stur Besitzergreifend

Stier

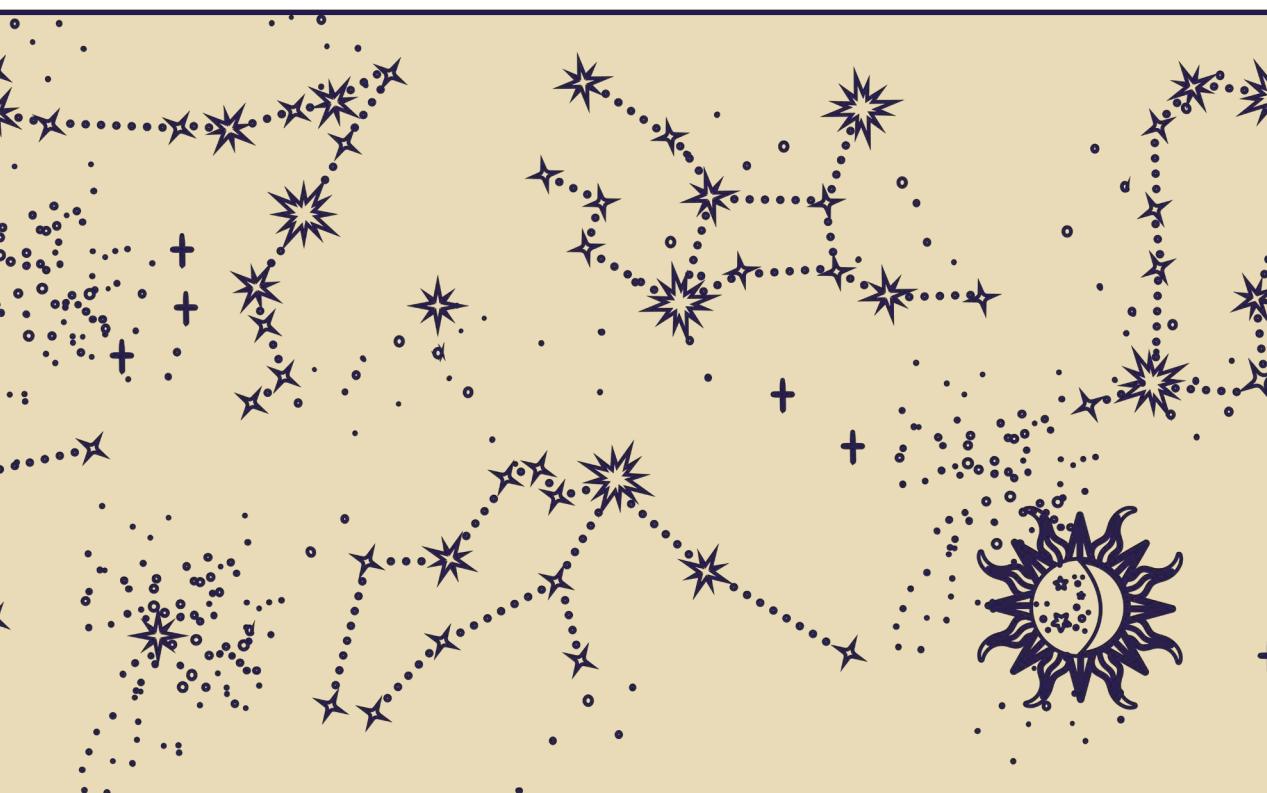




Entwickeln Sie eine Wort-Bild-Marke entweder für eine Biermarke oder eine Smoothiemarke. Beginnen Sie mit einer Skizze und entwickeln Sie diese zu einem finalen Produkt.

Anschließend zeigen Sie das Logo auf hellem und dunklem Hintergrund. Erstellen Sie Mockups, um eine praktische Anwendung zu simulieren, einschließlich einer Visitenkarte, einem DIN-Norm gerechtem Briefpapier und die jeweilige Verpackung des Produkts.

Berücksichtigen Sie bei der Gestaltung der Mockups die Zielgruppe, den Stil der Marke und die ästhetischen Anforderungen für eine attraktive Präsentation.



P

Logo und Geschäftsausstattung

13

Logodesign

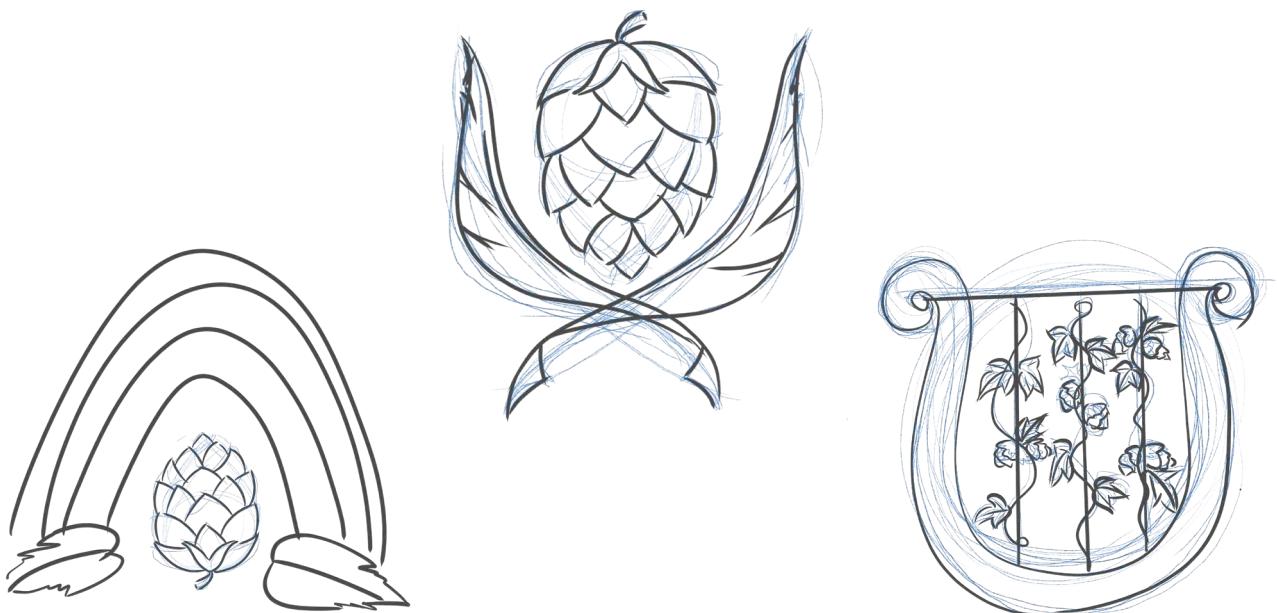
Ich habe mich für die Unternehmensgestaltung der Biermarke entschieden.

Der erste Schritt war es, sich einen Markennamen überlegen zu lassen. Nach einiger Zeit kam mir der Name „Dichterbier“ in den Sinn. Dieser Name entstand aus einem Wortspiel, das sowohl auf „dicht“, im Sinne von „betrunkene“, als auch auf die Dichtkunst anspielt, welche einem nach paar Schlucken Alkohol deutlich einfacher fällt. Durch diesen zweideutigen Namen wird eine lockere und auch humorvolle Bindung zum Unternehmen aufgebaut.

Bei dem Logo ließ ich mich von goldenen Stempeln inspirieren. Als Symbole wählte ich zwei Schreibfedern, welche ähnlich zu einem Lorbeerkrantz einen Hopfen umrunden. Schließlich. Diese sehen nämlich nicht nur auf hellem, sondern auch auf einem dunkleren Hintergrund gut aus. Besonders auf einem dunkelblauen Hintergrund wirkte das Logo sehr edel.

In meiner gestalterischen Entscheidung habe ich mich dazu inspirieren lassen, ein Logo für eine Biersorte zu entwerfen. Der erste Schritt war die Überlegung des Markennamens, wobei ich mich für „Dichterbier“ entschied. Dieser Name entstand aus einem Wortspiel, das auf „dicht“ im Sinne von betrunken, aber auch auf die Dichtkunst anspielt, wodurch eine zweideutige Bedeutung entsteht.

Für das Logo wählte ich die Darstellung eines goldenen Stempels, die sowohl auf dunklen als auch auf hellen Hintergründen gut zur Geltung kommt. Besonders auf dunklem Hintergrund, in einem königsblauen Ton, wirkt das Logo edel. Die Wahl der Biersorte fiel auf Münchener Hell, meine persönliche Lieblingssorte, um dem Logo eine persönliche Note zu verleihen. Insgesamt strebe ich an, mit diesem Logo nicht nur die Biersorte, sondern auch die Kreativität und Vielseitigkeit der Marke Dichterbier zu repräsentieren.





Bernd Hopfig, Karlstraße 24, 65185 Wiesbaden

Bernd Hopfig
Karlstraße 24
65185 Wiesbaden
Deutschland



Gerstner Hopfig Dichterbier GbR

Inhaber: Bernd Hopfig und Daniel
Gerstner

Ansprechpartner: Bernd Hopfig und Daniel
Gerstner

Telefon: 0611 523466-00

Fax: 0611 523466-45

E-Mail: info@dichterbier.de

Internet: www.dichterbier.de

Datum: 29.12.2023

Bernd Hopfig
Inhaber Dichterbier GbR

Bernd Hopfig
Karlstraße 24
65185 Wiesbaden

Tel.: 0611 523466-00
Fax: 0611 523466-45
E-Mail: info@dichterbier.de

Amtgericht Wiesbaden
HRB: 42069
USt-ID-Nr: DE358210167

Nassauische Sparkasse
IBAN:
DE43510500152645287930

Bernd Hopfig, Karlstraße 24, 65185 Wiesbaden

Bernd Hopfig
Karlstraße 24
65185 Wiesbaden
Deutschland



Gerstner Hopfig Dichterbier GbR
Inhaber: Bernd Hopfig und Daniel Gerstner
Ansprechpartner: Bernd Hopfig und Daniel Gerstner
Telefon: 0611 523466-00
Fax: 0611 523466-45
E-Mail: info@dichterbier.de
Internet: www.dichterbier.de

Datum: 29.12.2023

Betreff

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ferovit rerspero to beria earchit iaectur, ipsus.

Ro evereptatur aborepe rnatur?

Um que eum ad unti tem non nobis enit aliqui cus.

Minihitat alignitecum quam elibusci volore volendis eos unt et eatenist, cullendion comni cum venimin natas evellut eos ne quo quos ad eos reiciusam quo bea aut velita dollam incto il est assento voluptae dolorios doluptaspis iumquam, occullabore con reneste mosapis aut laborpore et el magnimus ipsaped icaeror solo digenit iaturis siminct iuntiosti cum ad modi con con erum as minus endis magnatus, quide volupis ciisquidel ma con pa nihita non rem sam, sunt volum quos autatum latum eic tem. Udaepuda pore qui ab ipsa preribus coris et, nam accus.

Magnis maximol uptatio derum everatare exerate mporiti toreped quis acerum eum qui consequis mod quiatio. Aliquunt as et aute prepudia dolupitatum estio. Latatur solorerion renimpe llupissus ipsam, sum ius sunt et quae consequis si officimet ipiciducius et asimo beataturibus as in commitas essincent, ut accates non nis ratestium vendeli tentiatem quia idipsam, consedia quam accae num quibus et plit, sinum, to et aut dis ut vendam labo. On rempos volenimaio et que dolorpo risciaeperia dolorerepero oditatem con rerepersici totaspedia quis aut ut debis magnam, non reheni offic tem autatur? Explam quis dem re, officie ndipis quam velignisciis quodiss itatur aute maximincidel iumquod ionsequ unduciungi quam cus erum hit fugia quam cullupt aturersperum volores tiusam fugitaque sa corerro vent idunt expelen ducitat.

Ipectatur aliue quassin nitas magnam immaxim estrum is et quamusci dolenis sini tem aut reimquam nusa deliassero to blaborestem faccus exerspi entiat as sint expernam cus.

Mit freundlichen Grüßen

Bernd Hopfig
Inhaber Dichterbier GbR









Gestalten Sie ein Booklet, in dem Sie alle Praktikumsaufgaben dokumentieren. Sowohl die Aufgaben als auch ihre Erläuterungen sollten abgebildet werden, damit Dritte die Aufgaben ebenfalls verstehen können.

Entwickeln Sie ein Konzept, das auf Gestaltungsstrukturen und Stilvoralagen basiert, um eine kohärente visuelle Identität für das Projekt zu schaffen. Alle gestalterischen Aufgaben sollten in einer ausreichenden Größe umgesetzt werden, um eine klare und ansprechende Darstellung sicherzustellen.

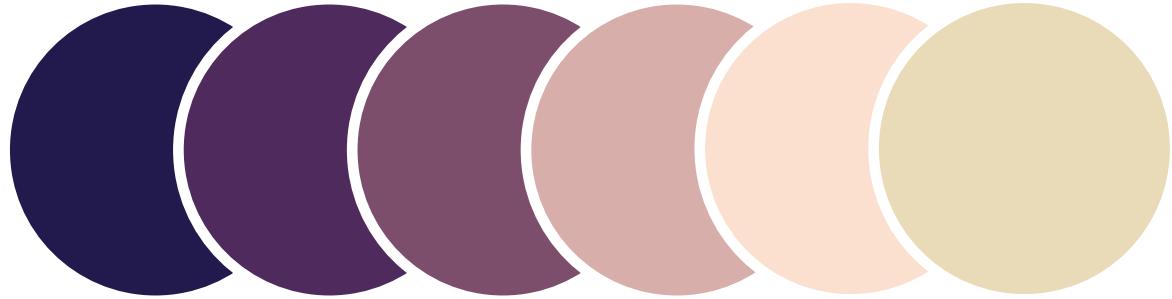
P

Booklet

14

Span Semibold Italic

Span Italic Span Italic Span Italic Span Italic Span Italic Span Italic Span



Bely Display

Muli Bold Muli Bold

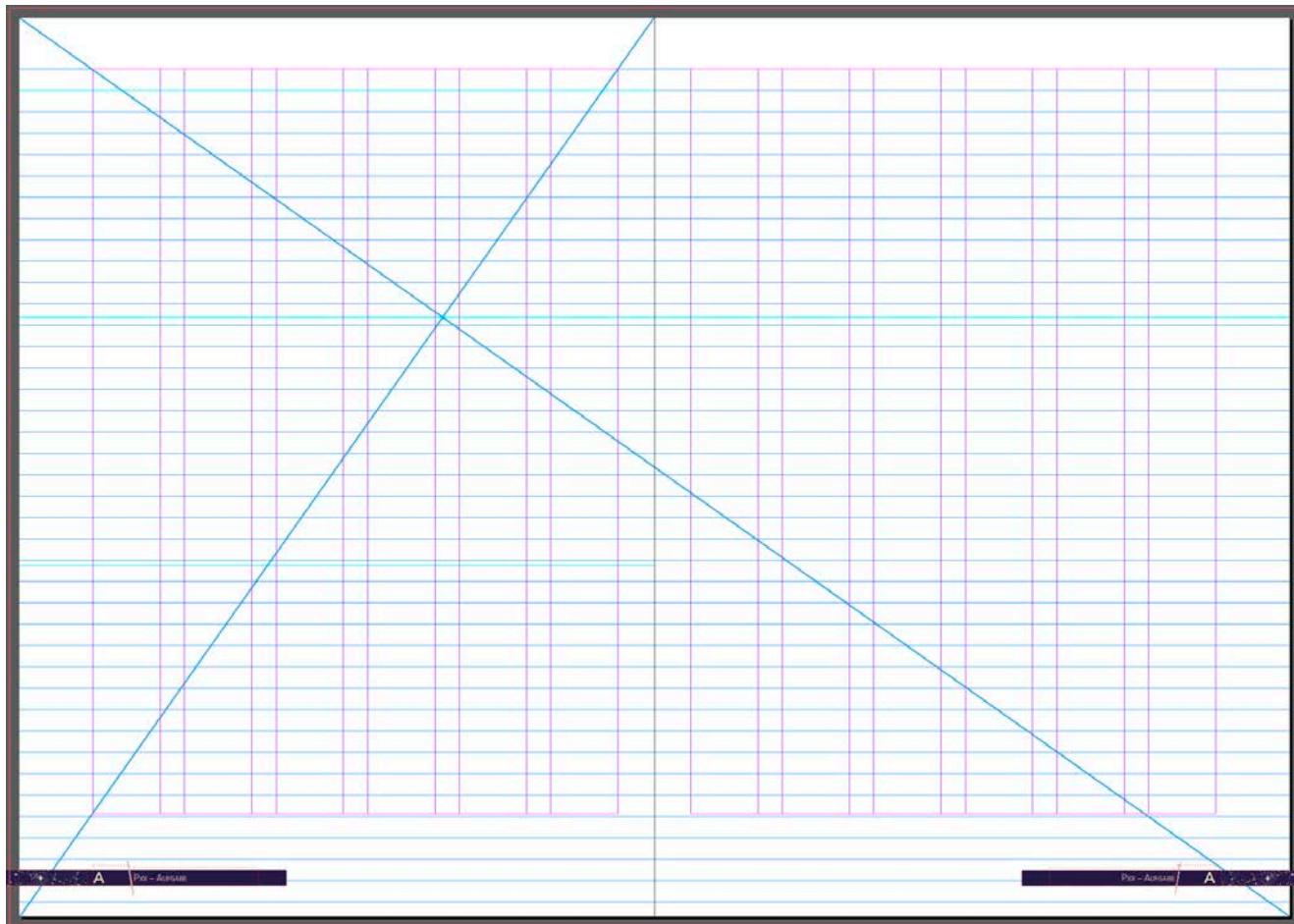
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light

Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light
Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli
Light Muli Light Muli Light Muli Light Muli Light

Booklet-Layout

Für den Abschluss des Moduls „Einführung in die Gestaltung“ soll ein Booklet entwickelt werden, das alle Aufgaben dieses Semesters zusammenführt. Als Thema wählte ich Astrologie gewählt, da es ein persönliches Interesse von mir ist. Für die Farbpalette entschied ich mich für lila-goldene Farbtöne, um eine mystisch-edle Atmosphäre zu schaffen und der Astrologie-Thematik gerecht zu werden. Die Randmaße betragen oben: 17 mm, unten: 34 mm, innen: 12 mm und außen: 24,5 mm. Das Ras-

ter ist in 6 Spalten mit einem Abstand von 8 mm und einer Einteilung von 20 pt unterteilt. Die Überschriften werden in Bely Display Regular in 72 pt gesetzt, während der Fließtext in Muli Light in 10 pt mit einer Laufweite von 10 angelegt wird. In den Zwischenseiten zu den Sternzeichen wurde wiederum Span Semibold Italic in 48 pt. und Span Italic in 12 pt. benutzt.



Quellen:

P01:

<https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/paul-rand-everything-is-design>
<https://www.brand-doctor.net/blog/was-paul-rand-ueber-euer-logo-denkt>
<https://www.ibm.com/design/language/ibm-logos/8-bar/>
<https://www.hatchwise.com/resources/the-history-of-the-ibm-logo>
<https://www.logodesignlove.com/next-logo-paul-rand>
https://de.wikibrief.org/wiki/Paul_Rand
<https://www.logodesignlove.com/next-logo-paul-rand>
<https://twitter.com/thefuturishere/status/1018923519428702208/photo/1>
<https://www.logodesign.org/the-history-of-the-abc-logo/>
<https://www.paulrand.design/life/books-articles/articles/print/2014-TM-The-Untold-Stories.html>
<https://www.paulrand.design/work/Logo-Presentation-Books.html#images-28>
https://mcollection.com/campaigns/view-cam-paign/Ux5BVLdfI4_AaDlYtyjo1JoUinfvotgEAf-XCykqr6p1_oKf5idt3ToUVwibUZPmjUAgXT2biM0JeupdPWImMjpdNZM7xTZ
<https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/paul-rand-everything-is-design>
<https://craigberry93.medium.com/1917-2017-100-years-of-de-stijl-581dcc95681>
<https://www.paulrand.design/life/books-articles/articles/print/1999-baseline-magazine.html>
<https://www.flickr.com/photos/20745656@N00/2337271223/in/photostream/>
<https://www.canva.com/learn/ultimate-guide-history-graphic-design/>
<https://www.dasimperium.wtf/marketing-blog/die-geschichte-des-ibm-logos/>
<https://www.ibm.com/design/language/ibm-logos/rebus/>
<https://blog.logomyway.com/ups-logo-history/>
<https://www.paulrand.design/work/United-Parcel-Service.html>
<https://www.paulrand.design/work/United-Parcel-Service.html>
<https://www.logodesignlove.com/next-logo-paul-rand>
<https://www.kettererkunst.de/bio/paul-rand-1914.php>
<https://imjustcreative.com/paul-rands-unused-ford-logo-from-1966/2019/09/17>
<https://elements.envato.com/learn/paul-rand-designing-famous-logos>

P02:

<https://www.studysmarter.de/schule/chemie/organische-chemie/farbstoffe-chemie/>
<https://www.leifiphysik.de/optik/farben/grundwissen/licht-und-farben>
<https://www.onlineprinters.de/magazin/die-psychologische-bedeutung-der-farben/>
<https://www.leifiphysik.de/optik/farben/grundwissen/subtraktive-farbmischung>
<https://www.gesundheit.de/medizin/psychologie/farben-wirkung-id215570/>
<https://www.solaga.de/2020/11/gruen-farben-und-symbolik-wirkung-und-bedeutung-2/>
<https://print24.com/de/blog/2017/06/abhaengigkeit-rasterweite-und-papier/>
<https://die-verpackungs-druckerei.com/at/blog/unbedingt-wissen-offsetdruck>
https://webtest.deimos.ch/home_net/webtest_frage.aspx?dk=&IsFirstAccess=True&k=JJLu0U%62
<http://www.coolpctips.com/2012/10/lcd-vs-led/>
<https://chemiestunde.jimdofree.com/2018/10/12/ligandenfeldtheorie-2-erklarung-der-farbigkeit-von-komplexen-unterrichtsstunde-vom-9-08-2018-lk-chemie-13/>
<https://pinlight.eu/e/spektralfarben/>

P03:

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fde.freepik.com%2Fotos-kosten-los%2Fholzrinde-mit-gealtertem-aussehen_6601012.htm&psig=AOvVaw1E8hftSS-u_Fxhry-1AMC8P&ust=1698414059089000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBEQjRxqFwoT-CKD1usfrk4IDFQAAAAAdAAAAABAg
<https://www.pinterest.de/pin/1057431187485120711/>
<https://www.pinterest.de/pin/17732992276033203/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/braune-und-graue-holzoberflache-6156577/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/brown-tree-log-355802/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/wald-wahrend-des-sonnenuntergangs-1496378/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/luftbild-des-flusses-zwischen-grunem-berg-2591408/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/leerer-wald-132428/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/wasserfalle-auf-bergklippe-957089/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/natur-wald-gras-moos-11998262/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/wald-baume-holz-gefallene-blatter-14343050/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/badehose-stillleben-holz-stapel-10103522/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/natur-wald-baume-moos-18879035/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/lebensmittel-holz-wald-moos-6077/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/bauholz-holz-wald-baumprotokolle-7744521/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/natur-wald-see-herbst-14790074/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/strasse-natur-wald-baume-10580215/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/pilz-18086809/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/holz-textur-brennholz-stapel-18366304/>

P06:

<https://www.pexels.com/de-de/foto/unbefestigte-strasse-mit-sonnenlicht-durch-die-baume-2890344/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/mann-der-auf-spur-zwischen-baumen-geht-2629233/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/person-wald-baume-holz-13540041/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/frau-die-auf-grossen-schaukeln-im-freien-sitzt-die-berg-unter-blauem-und-weissem-himmel-betrachten-2873376/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/holz-landschaft-natur-wetter-4597817/>
<https://www.pexels.com/de-de/foto/neuerbaum-wachst-auf-stumpf-auf-3081415/>

P07:

Adobe DATEI NR.: 603346506
Adobe DATEI NR.: 473404670

P08:

Adobe DATEI NR.: 649974117

<https://schriftgestaltung.com/schriftgestaltung/schriftklassen/franzoesische-renaissance-antiqua.html>

P09:

Adobe DATEI NR.: 649974117

<https://www.fubiz.net/en/2013/04/17/the-kama-sutra-alphabet-2/>

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.malikafavre.com%2F&psig=AOv-Vaw0wF7j2-y_2lZsf9AgX26j&ust=1707596913976000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBIQjRxqFwoTCJjy9q2Mn4QDFQAAAAAdAAAAABAEv

P10:

https://www.clatronic.de/pub/media/downloads/263915/de/bedienungsanleitung/KW3626_IM.pdf

<https://atelier-haemmerle.de/aviso-editorial-design/>

P11:

<https://tierly-kollektion.de/pages/unsere-philosophie>

<https://www.wiesbadener-kurier.de/lokales/wiesbaden/stadt-wiesbaden/wiesbadenerinnen-gruenden-online-marktplatz-fuer-tierzubehoer-1919303>

<https://hundegarten-serres.de/produkt/monte-geb-ca-04-2023/>

P12:

Adobe DATEI NR.: 127686483

P13:

Adobe DATEI NR.: 332742156

Adobe DATEI NR.: 522112862

DATEI NR.: 613773696

P14:

Adobe DATEI NR.: 376876070

Adobe DATEI NR.: 307725294

Adobe DATEI NR.: 260993404

Adobe DATEI NR.: 487364242

Adobe DATEI NR.: 399976941

