



8

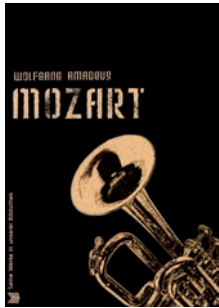


Komplexe Gestaltungen im Bereich Graphikdesign

Ein Erscheinungsbild hat den Vorzug, sehr stark nach außen zu wirken, ohne den Zwang der verbalen Selbstanpreisung.

Das Erscheinungsbild muß sinnlich treffen. Man muß eine Sprachform schaffen, die visuelle und verbale Sprache des Unternehmens: Farbe, Zeichen, Wortmarke, Schrift.

Sein Ziel ist die Übersetzung komplexer Inhalte in sinnlich erlebbare Welten, um so auf signifikante Weise nach außen erkennbar zu werden. Aber eine nicht unwichtige Funktion eines CDs liegt auch in der internen Kommunikation. „Wer sind wir?“, die Antwort auf diese Frage erlaubt eine gemeinsame, auf ein Ziel ausgerichtete Zusammenarbeit.

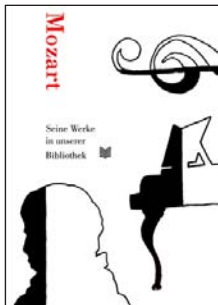
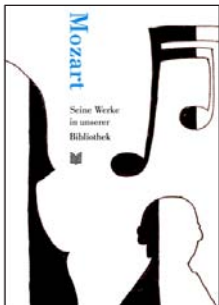
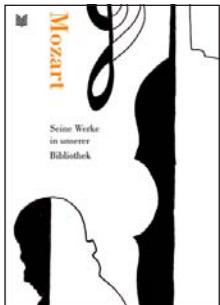


Das Logo ist der Ausgangspunkt einer einprägsamen und einheitlichen Gestaltung des Erscheinungsbildes.

Es muß ursprünglich und einfach in der Form sein, ein Höchstmaß an Einprägsamkeit haben, also leicht wiederzuerkennen und möglichst auch unschwer zu merken sein. Ein Logo ist eine einfache ästhetische Erscheinung, eine simple Antwort auf einen hohen komplexen Anspruch. Es kann komplexe Zusammenhänge auf ein verständliches Kürzel reduzieren.

Die Vielzahl der Arbeiten, für die stellvertretend die hier abgebildeten Werbemittel wie Prospekte, Plakate, Faltblätter, Werbezettel etc. zielen im Ansatz auf einen Gestaltungszusammenhang, den man kurz mit dem Begriff Corporate design bezeichnen kann.

9



10

Corporate design Klosterwelten Brandenburg • Mareen Fröhlich • GDE 2004 • Dozent H. Lindemann
 Corporate design Klosterwelten Brandenburg • M. B. Räke • GDE 2004 • Dozent H. Lindemann
 Citydards Mozart 2006 • Viktoria Fischer • GDE 2004 • Dozent H. Lindemann
 Citydards Mozart 2006 • Sascha Schilling • GDE 2004 • Dozent H. Lindemann