

Projekt-Dokumentation von

Kathrin Kuska

Entwicklung der Corporate Identity für die Messe

„Für die Frau“



Medien Designerin / Gestaltungstechnische Assistentin

PBS1H7

Betreuer des Projekts: Ingo Höckenschnieder

Vorgelegt von

Kathrin Kuska

Inhalt

1 Projektbeschreibung	3
2 Projektbeschluss.....	3
3 Anforderungen und Ziele des Projekts	4
3.1 Zielsetzung	4
3.2 Abgrenzungen	4
3.3 Entwicklungsumgebung.....	5
4 Meilensteine.....	6
5 Konzept.....	7
5.1 Inhalt	7
5.21 Farbklima.....	7
5.22 Logo.....	8
5.23 Typographie.....	9
5.24 Weitere Mittel „Für die Frau“	10
6 Probleme & Problemlösung.....	12
7 Protokoll	12
8 Reflektion.....	13
9 Abbildungsverzeichnis.....	13
10 Literaturverzeichnis	13
11 Quellenverzeichnis.....	13

1 Projektbeschreibung

Aufgabe ist es, eine zielgruppenorientierte Corporate Identity für die Messe „Für die Frau“ zu erarbeiten, die (wie der Name schon verrät) sich an Frauen richtet.

Zur Zielgruppe gehören Frauen im Alter von 25 – 80 Jahren.

Das Unternehmen „GET People“ möchte hierbei sich an kauffreudige Frauen richten, die einen Wert auf Gesundheit, Wellness und Mode legen. Deshalb muss das Logo stylisch und modern gestaltet werden und Frauen ansprechen.

Hauptaufgabe ist, ein Logo zu entwerfen und anschließend daraus ein Plakat, einen Flyer und weitere Mittel zu erstellen.

Diese Aufgabe soll mit Hilfe von „Adobe Photoshop CS3“ und „Adobe InDesign CS3“ bewältigt werden.

Das fertige Produkt soll dem Geschäftsführer von „GET People“ am 12.02.2010 vorgelegt werden.

2 Projektabschluss

Wir haben uns dazu entschlossen, mit der Erstellung des Logos anzufangen und von diesen Punkt aus, die weiteren benötigten Mittel herzustellen. Das Logo wird in „Adobe Photoshop CS3“ angefertigt. Das Konzept zum Logo wurde innerhalb der Entwicklungszeit fertig gestellt. In Punkt 5 ist dieses zu lesen.

3 Anforderungen und Ziele des Projekts

3.1 Zielsetzung

Es soll ein Logo und weitere Mittel zur Messe „Für die Frau“ konzipiert und in „Adobe Photoshop CS3“ wie „Adobe InDesign CS3“ realisiert werden.

Das Logo soll die Zielgruppe ansprechen und dazu motivieren, die Messe besuchen zu wollen. Der Kunde ist König, somit passen wir das Design an die Trends von heute an.

3.2 Abgrenzungen

Ziel dieses Projektes ist die Fertigstellung eines Logos und Mitteln wie Plakate und Flyer.

3.3 Entwicklungsumgebung

Zur Erstellung des Projektes und der Dokumentation wurde ein Laptop mit folgenden Hardwarekomponenten benutzt:

Hersteller APPLE

Modell MacBook Pro

Prozessor 2 GHz Intel Core 2 Duo

Gesamter Systemspeicher 4 GB 1067 MHz DDR3

Systemtyp Mac OS X 10.5.8

Grafikkarte: NVIDIA GeForce 9400M

Software

Folgende Software wurde benutzt und benötigt:

Adobe Photoshop CS3

Adobe InDesign CS3

Mac Office 2008

Die Entwürfe für die Messe „Für die Frau“ wurden komplett in „Adobe Photoshop CS3“ realisiert.

4 Meilensteine

25.01.2010

Beginn des Projekts „Für die Frau“. Das Logo wird entworfen.

01.02.2010

Abgabe der Logos. Auswahl des Logos.

02.02.2009

Beginn der Layouts (Plakat, Flyer etc.)

12.02.2009

Abgabe und Fertigstellung der Layouts (Plakat und Flyer). Auswahl des Endgültigen Layouts.

5 Konzept

5.1 Inhalt

Es ist ein Logo für die im Weserpark stattfindende Messe „Für die Frau“ anzufertigen. Zur Zielgruppe gehören Frauen im Alter von 25 – 80 Jahren. Das Unternehmen „GET People“ möchte hierbei sich an kauffreudige Frauen richten, die einen Wert auf Gesundheit, Wellness und Mode legen. Deshalb muss das Logo stylisch und modern gestaltet werden und Frauen ansprechen.

Die Frauen die „GET People“ ansprechen möchte, sind zwischen 25 und 80 Jahre alt. Sie legen sehr viel Wert auf Lifestyle. Sie achten auf ihre Ernährung, treiben Sport und interessieren sich für die aktuellen Modetrends. Die Zielgruppe ist im Mittelstand bis Oberschicht angesiedelt und konsumiert dementsprechend. Auf ihr Äußeres legen sie viel Wert und sind sehr gesprächig, immer auf dem neusten Stand zu sein ist für sie ein muss. Zudem lesen sie Frauenmagazine (u.a. Joy, Amica und Elle). Klatsch und Tratsch amüsiert sie, über andere zu reden ist für die Zielgruppe ein Spaß. Beim Einkaufen/Shopping gibt es für sie kein halten.

5.21 Farbklima

Das Logo setzt sich aus einem Magenta- und Grau-Farbton zusammen. Der Magenta-Farbton ist bei PANTONE solid coated unter PANTONE 710 C zu finden. Im RGB-Farbraum unter 227 r, 71 g und 97 b.

Diese Farben wurden gewählt, da diese Farbtöne weiblich und zugleich kräftig in Kombination miteinander wirken. Damit wird das Logo femininer. Zudem suggeriert es eindeutig, dass ein Produkt/eine Messe damit umworben wird, das sich an Frauen richtet.

Das Magenta wurde als Farbe für das Logo gewählt, weil es kräftig und zugleich freundlich wirkt. Das Grau und das Weiß im Hintergrund sind der Ruhepol zum kräftigen Magenta. Sie lassen das Magenta noch mehr herausstehen und sorgen für die elegante wie auch klassische Note.

5.22 Logo



Abbildung 1 Logo

In dieser Grafik ist das Logo zu sehen.

Das Logo wird in Adobe Photoshop CS3 erstellt. Es wird in der Größe 7000x5000 Pixel angelegt, somit kann man es auf alle Medien übertragen (u.a. Flyer, Plakate A3/A1, Einladungen).

Das feminine Logo von „Für die Frau“ setzt sich zusammen aus dem Schriftzug „Für die Frau“, der sich aus zwei verschiedenen Schriften erschließt und einem rötlichen Hintergrund, der sich aus zwei verschiedenen Farbtönen und einem Muster bildet.

Die Positionierung der Logoelemente darf nicht verändert werden – sie bilden eine Einheit. Das Logo von „Für die Frau“ darf in jeder proportionalen Skalierung verwendet werden, solange die Lesbarkeit der Schrift gewährleistet ist.

Da es sich hierbei um ein Produkt handelt, das Frauen ansprechen soll, sollte auch der Schriftzug leicht und feminin sein, jedoch auch kräftig, damit das Logo ins Auge sticht. Dabei hat man zwei Schriften verwendet. Die eine ist sehr feminin gehalten und in Handschrift-Stil, die andere wiederum kräftiger und dominanter.

Diese Kombination sorgt dafür, dass das Logo einen weiblichen Touch hat, jedoch durch die kräftige Schriftart auffällt und nicht untergeht. Es ist durch die Handschrift-Typografie und den Hintergrund leicht zu erkennen, dass sich das Produkt an Frauen richtet. Der weiße Schriftzug liegt über dem roten Muster, damit eine gewisse Tiefe im Logo entsteht und der Schriftzug sich deutlich davon hervorhebt.

Durch den Titel „Shopping & Messe“ oberhalb des eigentlichen Logos wird der Kundin verdeutlicht, dass es sich hierbei um eine Messe handelt, bei der auch Direktverkauf angeboten wird. Durch den Hintergrund, der sich immer wieder in der Gestaltung wiederholen soll, wird die Wiedererkennung der Marke „Für die Frau“ gestärkt.

Er ist fester Bestandteil der Corporate Identity.

5.23 Typographie

Beim Logo für die Messe „Für die Frau“ wurde u.a. die Schriftart Snell Roundhand verwendet. Diese sorgt den Handschrift-Stil im oberen Teil des Logos.

Wie schon im Punkt 5.22 genannt, handelt es sich hierbei um eine Schriftart, die einen femininen und weichen Look erzeugt, um die Zielgruppe anzusprechen.

Die zweite Schriftart heißt Century Gothic. Diese Schriftart sorgt im Blocksatz für eine klare und starke Linie im Logo. Dadurch ist die Prägnanz und Lesbarkeit gesichert. Die Typografie ist sehr feminin gehalten, die Abstände zwischen den Buchstaben sind gleich, dies sorgt für eine klare Struktur.

5.24 Weitere Mittel „Für die Frau“



In dieser Grafik ist der Flyer zu sehen.

Abbildung 2 Flyer



Abbildung 3 Plakat A4

Hier ist die Grafik zum Plakat zu sehen.

6 Probleme & Problemlösung

Vom Konzept bis hin zur Realisierung des Logo und der Werbemittel (Plakat und Flyer) sind keine Probleme aufgetaucht.

Ich konnte meine Meilensteine einhalten und bin in keinerlei Bedrängnis mit der Zeit gekommen.

7 Protokoll

Montag - Freitag 25. - 29.01.2010

Logofindung

Konzept wurde erstellt

Montag - Freitag 01. - 05.02.2010

Das endgültige Logo wurde erstellt und ausgewählt

Erarbeitung eines Plakates

Montag - Freitag 08. - 12.02.2010

Erarbeitung eines Flyers

Fertigstellung des Projektes

8 Reflektion

Das Projekt war in der Anfangsphase schwierig, da es mehrere Logoentwürfe gebraucht hatte, bis man sich auf ein Logo einigen konnte. Die Erstellung des Plakats und des Flyer hingegen haben viel Spaß bereitet, jedoch war die Suche nach dem perfekten Keyvisual für die Messe lang und zeitaufwändig.

Trotzdem konnte ich das Projekt in der dafür vorgesehenen Zeit ohne Zeitbedrängnis fertig stellen.

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Logo	8
Abbildung 2 Flyer	10
Abbildung 3 Plakat A4	11

10 Literaturverzeichnis

Es wurde keine Literatur verwendet.

11 Quellenverzeichnis

Keine, alles wurde selbst erarbeitet