

Fraubath.  
Konzept  
& Design

Arbeitsproben

# Art Direktion. Shooting





# Art Direktion. Layout





# Grafik. Typographie



**W**enn Sigmund Freud über Leonardo da Vinci schreibt „Er glich einem Menschen, der in der Finsternis zu früh erwacht war, während die anderen noch schliefen.“ beschreibt das sehr gut, wie das Universalgenie der Renaissance einzuordnen ist: Als Revolutionär der Wissenschaft. Als Wegbereiter der Kunst. Als Maler eines neuen Weltbilds.

## Wille zur Gestaltung.

Leicht nachvollziehbar und sehr weltlich ist diese Freud'sche Beschreibung. Doch dem überbordenden Gestaltungsdrang Leonardos, der sich auf alle Lebensbereiche bezog, wird sie nicht gerecht. In diesem Wesenszug gleicht ihm bis heute kaum ein Mensch. Welcher etablierte Gestalter hat den Ehrgeiz ihm fremde Bereiche zu betreten? Welcher Künstler bringt einen so starken Willen zur Gestaltung mit, dass er sich auch an fremden Techniken versucht? Welcher erfolgreiche Designer denkt so universell, dass er seine kreative Leidenschaft an weniger beachteten Objekten ausleben möchte?

Die Antwort gibt Edition 1 von Parador: zur Gestaltung dieser neuen Bodenkollektion ist das who is who der internationalen Designelite bereitwillig angetreten. Ähnlich einem Leonardo Da Vinci haben sie sich der Aufgabe neugierig und unvoreingenommen gestellt. Ihre Erfahrung in anderen Gestaltungs-Disziplinen dient ihnen dazu, neuartige Gestaltungskonzepte auf den Boden zu bringen. Eine ganz neue Vorstellung von Bodendesign ist so entstanden: Laminat- und Echtholzböden als aufregende Designobjekte. Eine Renaissance der Gestaltungsfreiheit. Oder moderner gesagt: Parador Edition 1 „no limits“.

# Art Direktion. Corporate Identity Konzept

## 2.4 Die Farbwelt

Die Wenatex Farbwelt besteht aus der Logofarbe, der Primärfarbe und der Akzentfarbe.

• **Grau**  
Das 100% Grau darf nur im Logo sowie in den Headlines verwendet werden, niemals aber als flächenfüllende Hintergrundfarbe.

• **Hellgrau**  
Hellgrau wird ausschließlich als flächenfüllende Hintergrundfarbe verwendet.

• **Weiß**  
Das Weiß wird als Hintergrundfarbe eingesetzt und findet sich zudem in der Bildwelt wieder.

• **Schwarz**  
Schwarz wird ausschließlich als Fließtextfarbe eingesetzt.

• **Apricot**  
Diese Akzentfarbe kann ebenfalls als flächenfüllende Hintergrundfarbe verwendet werden. Hierbei wird ausdrücklich der Pantonewert empfohlen, um ein optimales Ergebnis zu erhalten. Nur in Ausnahmefällen – wenn der 5-farbige Druck nicht möglich ist, kann der CMYK-Ion benutzt werden.

• **Silber**  
Die Farbe Silber dient lediglich als Veredelung. Sie kann mittels Heißfolienkaschierung z.B. auf dem Titel der Broschüren eingesetzt werden.



## 3.2.2 Bilder im Gestaltungs raster

Das Grundlinien- und Spaltenraster dient als Vorgabe für die Positionierung von Bildern.

• Die Ausrichtung in der Breite an den Rasterlinien ist verbindlich  
• In der Höhe orientieren sich die Produktbilder an den Grundlinien  
• Späglich ist etwa randabfallende Einpiegelung erwünscht, um den Rand der Satzspiegel nicht überschritten werden.

Produkt- und Unternehmensbilder werden immer in einen Rahmen gesetzt. Dieser muss darauf geachtet werden, dass immer noch ein leichter Innenrand erhalten bleibt, um sich vom Hintergrund abzuheben.

Alternativ dürfen diese Bilder in Ausnahmefällen auch freigestellt auf das Layout gesetzt werden

Mehrere Produktbilder können zudem ohne Abstand nebeneinander eingefügt werden und verhalten sich dann im Ganzen als ein Bild.

Da die Sachaufnahmen sehr eigenständig sind, ist es hier angebracht von Bild zu Bild einen vertikalen/horizontalen Abstand von 5 mm Abstand einzuhalten.

Das weitere sind bei Produkt erläuternden Fotos – z.B. Detailaufnahmen – auch Überlagerungen / Einblendungen verschiedener großer Bilder möglich.

Der Hintergrund der Seiten mit Produktbildern muss nicht zwingend weiß sein und darf in Hellgrau oder Apricot gestaltet werden.

Diese Farben sollten aber nicht überhand nehmen. Für farbige Hintergründe empfiehlt es sich, diese für besondere Hervorhebungen oder an Kapitelanfängen zu benutzen.



## 2.5 Das Gestaltungsraster

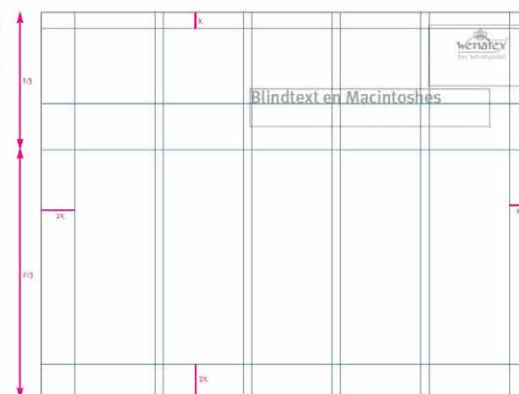
Grundsätzlich ist Querformat nicht zwingend (siehe Anschlag), wird aber deutlich bevorzugt.

Die Seiten beinhalten 5 Rasterpalten mit einem Abstand von 5 mm, sofern nicht anders angegeben.

Die genaue Vermessung, wie der Satzspiegel zum Rand hin auf den Seiten platziert ist, finden Sie bei den einzelnen Werbemitteln.

Die Seiten sind im Verhältnis 1:2 aufgeteilt. Ist auf einer Seite eine Headline platziert, steht kein schwarzer Fließtext im oberen Drittel. Auch auf den folgenden Seiten ohne Headline wird die fiktive Oberkante der Headline nie überschritten. Im oberen Bereich bleibt so ein Freiraum erhalten, der dem Inhalt mehr Aufmerksamkeit zuspricht und den Lesefluss durchgängig und spannend macht.

Der Fließtext läuft in relativ schmalen Spalten. Zum Einen garantieren kurze Zeilen gute Lesbarkeit, zum Anderen wirkt der Textinhalt so klar strukturiert und aufgeräumt, selbst wenn viel Information untergebracht ist.



## 3. Die Bildsprache

Die Visualisierung der Markenvorteile sind ein wesentlicher Bestandteil der Wenatex Brand Identity. Mit keinem anderen Gestaltungselement können die Werte besser erlebbar gemacht werden. Bilder kommunizieren nicht nur technische Inhalte, sondern drücken auch ein Lebensgefühl aus und tragen so zur emotionalen Identifikation mit der Marke bei.

Die Bildwelt von Wenatex gliedert sich grundlegend in 2 Bereiche:

• Die Corporate-Identity-Bildwelt, die symbolisch für das Unternehmen steht

• Die Produkt- und Unternehmens-Bildwelt, die die Produkte und das Unternehmen auf sympathische und informative Weise näher bringen.

Zwischen beiden gibt es Unterschiede, die auf den folgenden Seiten verdeutlicht werden.



# Grafik. Logodesign



ikim.

ikim.

ikim

**PORT  
KNOX**  
firewall





# Grafik. Plakatdesign





# Design. Merchandising





# Grafik. Webdesign





# Art & Text. Fachkommunikation

**HIER TRÄGT JEMAND  
DEN SIEG DAVON.**



Lorem ipsum dolor sid amed. Amed dolor sid ipsum lorem. Lorem ipsum dolor.  
Amed dolor sid ipsum lorem. Lorem ipsum dolor. Lorem ipsum dolor sid amed.  
Lorem ipsum dolor. Lorem ipsum dolor sid amed. Amed dolor sid.

**RAMAZZOTTI**  
*Ich mag Dich*

**DIE KEHRSEITE  
DES ERFOLGES.**



Lorem ipsum dolor sid amed. Amed dolor sid ipsum lorem. Lorem ipsum dolor.  
Amed dolor sid ipsum lorem. Lorem ipsum dolor. Lorem ipsum dolor sid amed.  
Lorem ipsum dolor. Lorem ipsum dolor sid amed. Amed dolor sid.

**RAMAZZOTTI**  
*Ich mag Dich*



# Art & Text. Produkt Launch Konzept

Autobiografie.



Das Buch zum Unternehmen BMW. Jetzt im Handel erhältlich.

BMW Group Mobile Tradition INSPIRATION FÜR DIE ZUKUNFT.

3/15 PS DA 1, 3/15 PS DA 2, 3/15 PS DA 3, 3/15 PS DA 4, F 76/F 79, 3/20 PS, 303, 309, 315, 315/1, 319, 319/1, 320, 321, 325, 326, 327, 327/28, 328, 329, 335, 501, 502, 503, 507, 3200 CS, 250/300, 600, 700, 700 Coupé, LS, LS Coupé, 700 Cabrio, 1500, 1600, 1800, 1800 TI, 1800 TI/SA, 2000, 2000C, 2000 CS, 1502, 1600, 1600 GT, 1602, 1600 TI, 1802, 2002, 2002 TI, 2000 tii, 2002 tii, 2002 turbo, 1600 GT, 2500, 2800, 2.8 L, 3.0 S, 3.0 L, 3.0 SI, 2.5 CS, 2800 CS, 3.0 CS, 3.0 CSL, 3.0 CSi, 3.0 CSL, 118d, 120d, 116i, 118i, 120i, 130i, 315, 316, 318, 318i, 320, 320i, 323i, 316 2-türig, 316 4-türig, 316i, 318i, 318is, 325iX, 324td, 316i, 318i, 320i, 325i, 328i, 318tds, 325td, 325tds, 323i, 316g, 320d, 330d, 330xd, 330d/xd, 325 xi, 330 xi, 318d, 328 Ci, 330 Ci, 320 Cd, 330 Cd, 318 Ci, 320 Ci, 323 Ci, 530i, 325 Ci, 330 xd, 316ti, 318ti, 325ti, 318td, 320td, 318d, 325xi, 330xi, 525, 528, 528i, 518, 520, 520i, 525, 518, 518i, 520i, 525i, 525e, 528i, 535i, M535i, 524d, 524td, 525td, 525tds,

BMW Group Mobile Tradition

Erfolgsstory.



BMW Group Mobile Tradition



„Kraft, die dich in den Sitz drückt.“

FAHRFREUDE LESEN

Das Buch zum Unternehmen BMW. Jetzt im Handel erhältlich.





# Art & Text. Verkaufsförderung





# Diplomarbeit. Kampagne

Homebanking

Sie überweisen Ihre Rechnungen.  
Ein Anderer steckt Ihr Geld ein.

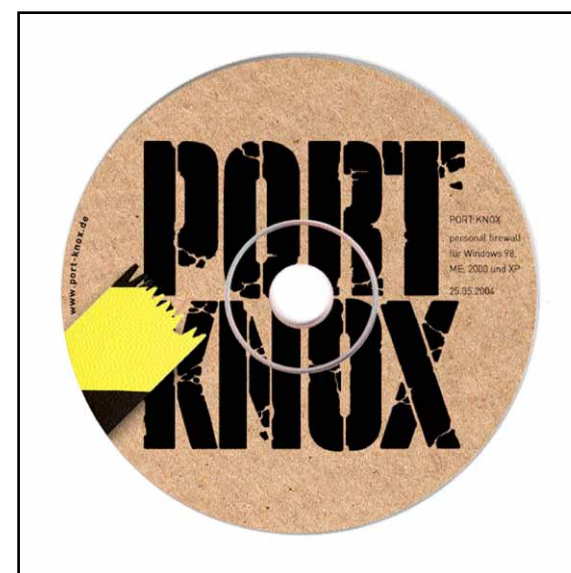
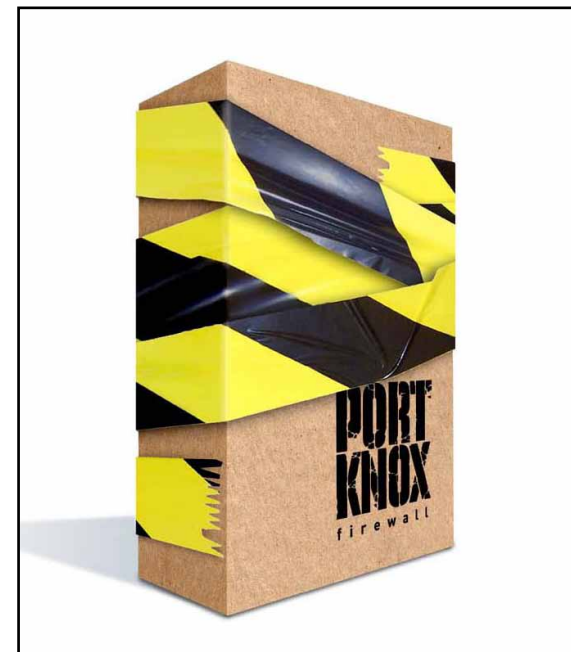
**PORT KNOX**  
fire wall

Während Sie online sind, können Verbrecher auf alle persönlichen Daten auf Ihrem Computer zugreifen. Davor schützt PORT KNOX, ein speziell für den privaten Internet-User entwickeltes Programm.

Es verschließt die Eingänge [ ports ] Ihres Rechners, damit niemand eindringen kann und Ihre Aktionen im Internet völlig anonym bleiben.

Mehr Infos: [www.port-knox.de](http://www.port-knox.de)

**schützt Ihr Privatleben im Internet**



Ihr Fotoalbum

Mit nur einem Mausklick können Hacker über das Internet auf alle persönlichen Daten auf Ihrem Computer zugreifen. PORT KNOX ist ein speziell für private Internet-User entwickeltes Programm.

**PORT KNOX**  
fire wall

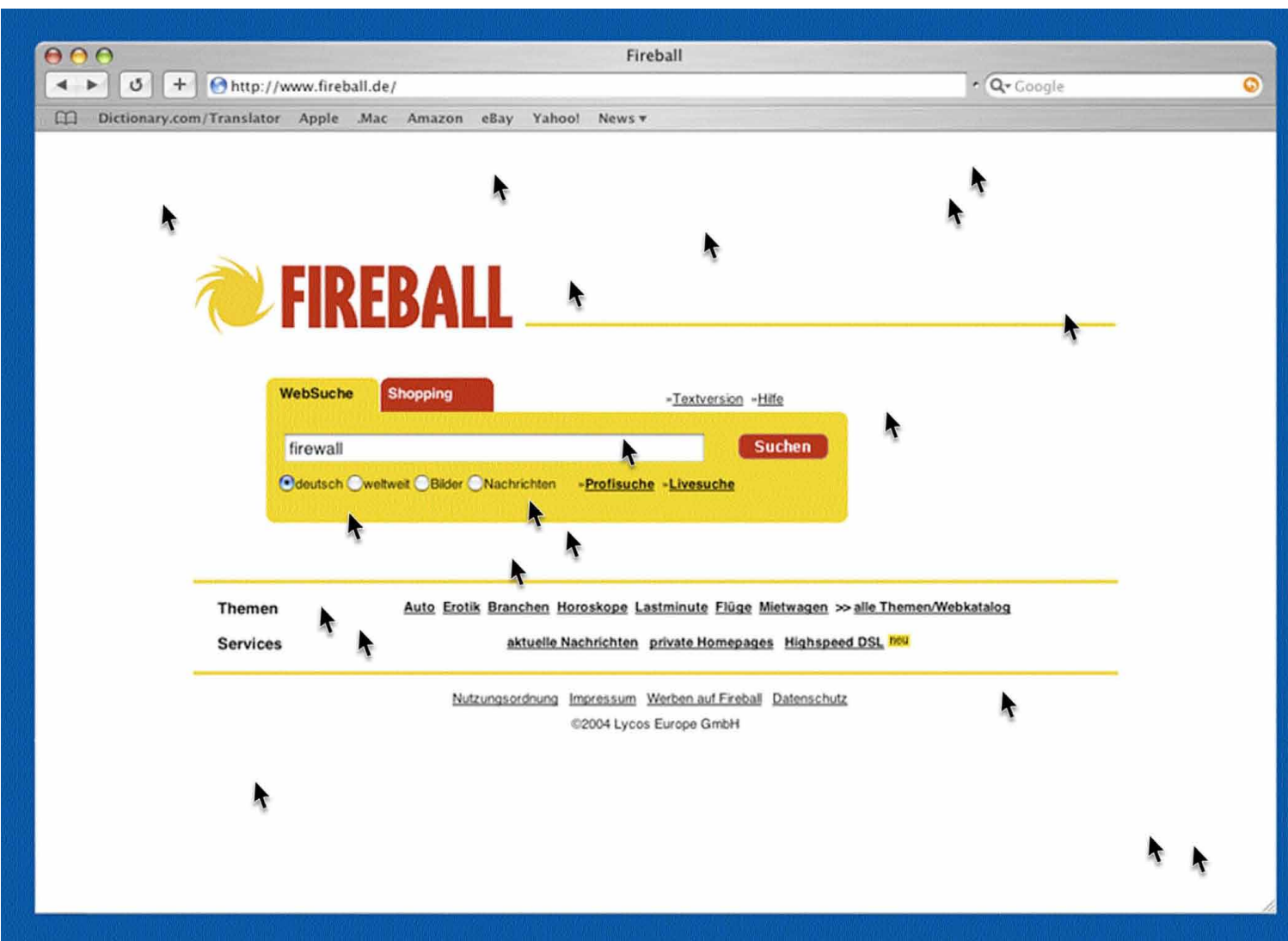
Es verschließt die Eingänge [ ports ] Ihres Rechners, damit niemand eindringen kann und Ihre Aktionen im Internet völlig anonym bleiben.

Mehr Infos: [www.port-knox.de](http://www.port-knox.de)

**schützt Ihr Privatleben im Internet**



# Diplomarbeit. Guerillamarketing





# Design. Point of Sale



# Konzept. TV/Cinema Spots

## Kino-Spot Sonnenbrillengeschäft:

Zwischen der üblichen Kinowerbung erscheint plötzlich ein absolut weißes Bild auf der Leinwand; Dies hat den Effekt, dass der Zuschauer stark geblendet ist.

*Off-Sprecher:*

„Sie wünschen sich eine Sonnenbrille? Da helfen wir gerne.“

*Logo und Adresse des Sonnenbrillengeschäfts.*

## TV-Spot A6 Avant mit quattro:

Eine nächtliche Winterlandschaft im Gebirge;

Ein Ehepaar fährt im Audi A6 Avant einen eingeschneiten Weg entlang, der steil bergauf führt. Sie (auf dem Beifahrersitz, über eine Landkarte gebeugt):

„Laut Plan müsste jetzt ein Fluss kommen. Dann sind wir fast da.“ Beide starren angestrengt nach vorne. Aus dem Dunkel taucht ein gemauerter Viadukt auf, unter dem die Straße hindurchführt. Von einem Fluß aber fehlt weit und breit jede Spur. Der ohnehin schon schmale Weg wird enger und steiler, und auch die Böschung seitlich der Straße steigt steil an. Alles ist total eingeschneit. Große Eiszapfen im Gebüsch nehmen im Scheinwerferlicht des Autos bizarre Formen an.

Ein zweiter Viadukt erscheint über der Straße.

Sie wirkt leicht beunruhigt: „Langsam müssten wir aber wirklich da sein.“

Er fragt: „Bist Du Dir ganz sicher, dass wir vorhin die richtige Abzweigung genommen haben?“ Er steuert den Avant um eine Kurve - und tritt ruckartig auf die Bremse. Der Wagen bleibt wenige Zentimeter vor einem riesigen, gefrorenen und märchenhaft glitzernden Wasserfall stehen.

Die Kamera schwenkt herum und filmt die Straße rückwärts bergab. Dort, wo die Reifen des Autos Spuren im Schnee hinterlassen haben, schimmert die Straße. Sie besteht aus Eis.

*Off-Sprecher:*

„Der neue Audi A6 Avant mit quattro.“

*Quattro-Logo.*

*Audi-Logo.*

## AUDIO



Motorenbrummen eines schnell fahrenden Autos.



Motor wird beschleunigt. Geräusch der Gangschaltung, die in den fünften Gang hochgeschaltet wird. Ticken des Blinkers.



Reifenquietschen, darauf der Lärm zweier aufeinanderprallender Autos (dumpfer Knall, Glas zersplittert, ...).

Please take a cab when you're drunk.

"Tatütata" eines Krankenwagens.



# Fraubath. Konzept & Design

Anna-Louise Bath

Kuno-Fischer-Str. 14  
14057 Berlin

+49 (0)30 30109627

Ruppertstraße 18  
80337 München

+49 (0)89 78793905

*Mobil:*

+49(0)162 2755175

*anna@fraubath.de*

*www.fraubath.de*