

Bilderwelt für Farbkonferenz

Eventmarketing

Am 28. Juni findet in Winterthur der erste Upday statt, eine Fachkonferenz zum Thema «Phänomen Farbe». Das Making-of für die Bilderwelt.

■ **RALF TURTSCHI** Gestalter werden oft in einer späten Phase der Kreation hinzugezogen, wenn Konzept, Idee, Text oder Bild bereits bestehen. Der Grafiker erfüllt die Aufgabe, die Vorgaben visuell umzusetzen. In Werbeagenturen wird noch heute das antiquierte Wort «Reinzeichnung» dafür verwendet. Es geht darum, am Bildschirm die Kreation produktionsreif umzusetzen, mit «rein» oder «Zeichnung» hat das nichts mehr zu tun. Wenn Grafik als «Ausführung» von Konzept und Idee verstanden wird, wird sich eine gegenseitige Befruchtung nicht einstellen. Denn Grafik ist mit Kreation eng verbunden, und bei-

de können sich gegenseitig beflügeln. Das hier vorgestellte Beispiel soll zeigen, wie.

Es ist der 22. Februar, ein launig warmer Wintertag. Im Hotel Banana City in Winterthur treffen sich zwei Protagonisten, um eine Tagung zu organisieren, die hier stattfinden soll. Dazu komme ich als Kreativer. Es geht um die Besichtigung des Tagungsortes, um mögliche Referenten, um den Tagungsablauf, es gibt erst vage Ideen. Die Tagung trägt den Arbeitstitel «Trendkonferenz Farbe». In der Diskussion wird der Arbeitstitel in Frage gestellt, da bei Erfolg die Tagung in den nächsten Jahren mit anderen Themen wieder durchgeführt

würde. Man kann einen solchen Titel nicht zur Marke machen.

Name = Logo

Der Arbeitstitel müsste in einen Konferenznamen und in einen Namen für das Thema übergeführt werden. Dabei würde der Tagungstitel als Kontinuum und Label positioniert. Dem Kreativen fällt es leichter, sich vorzustellen, wie das Ganze später aussehen soll. Von Banana Day, Pflichtlicht, PubliForum bis Agenda_07 liegen einige Vorschläge auf dem Tisch, die jeweils andere Visualisierungsmöglichkeiten bieten. Die Wahl fällt auf den Begriff «Upday», eine Anlehnung an Update.

Die Wortschöpfung ist neu, daher kann sie auch im Internet problemlos reserviert werden: www.upday.ch.

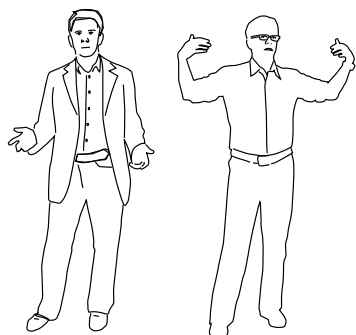
Der gestalterische Ansatz

Zuerst wird ein Logo für den Anlass kreiert. Der Name Upday steht, dazu gesellt sich ein Megafon als Bildmetapher. Dieses sieht nun in verschiedenen Varianten eher wie ein Lampenschirm aus und lässt eine schreierische Ausverkaufsstimmung erwarten. Das Symbol wird ersetzt durch einen Sprecher, der als Schattenfigur durch die Tagung geleitet. Dieser lässt eindeutige Assoziationen zu.

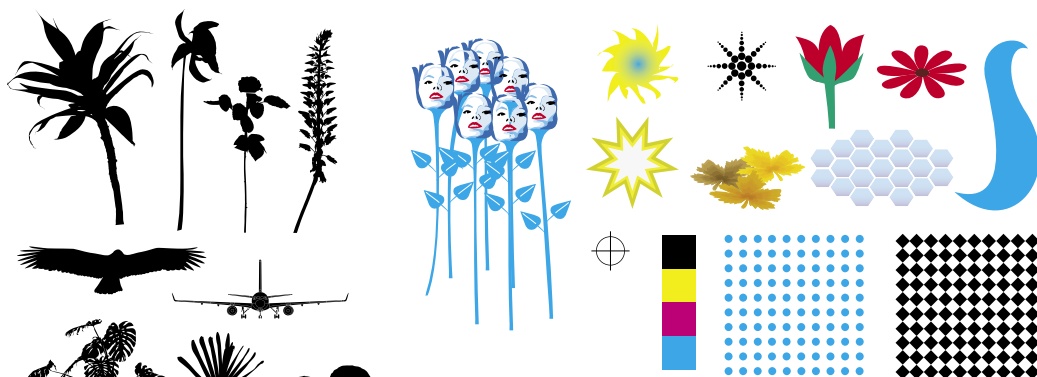
Eine Pantasiabilderwelt soll geschaffen werden, die in der Lage ist, das Thema Farbe auffällig zu verkünden. Dazu werden verschiedene digitale «Rohmaterialien» benötigt: eigene Bilder, vektorisierte Grafiken aus einem Buch und Bilder aus Photo-CDs. Farbe kommt in der Natur vor, es sind Blumen zu sehen aber auch Phantasien, die in den Köpfen der Menschen entstehen. Die Einzelteile, die unten abgebildet sind, wachsen Schritt um Schritt zu einem Ganzen zusammen, mehrmals werden die Fortschritte vorgelegt und die Marschrichtung weiter bestimmt. Der Tagungstitel fehlt noch. Farbe



Die Suche nach dem Logo. Der erste Entwurf sah ein Megafon als zusätzliches Signet vor, welches aber falsche Assoziationen wie «Lampenschirm» weckte.



Die beiden Figuren unten sind Illustrationspfade normaler Personenbilder.

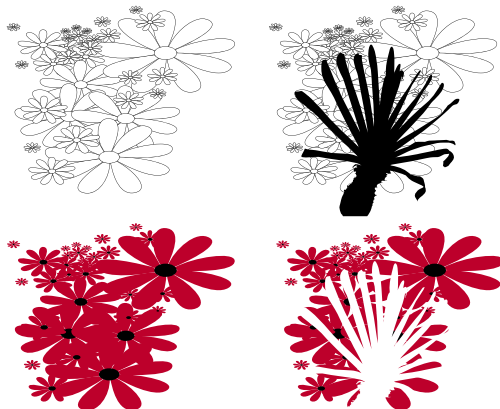


Diese Motive entstanden direkt in Illustrator.

Diese Vektorgrafiken stammen aus dem Buch *Neubauwelt* von Stefan Gandl, ISBN 3-89955-072-2, mit Hunderten von Sujets zu allen erdenklichen Themen.



Personenbilder von copyrightfreien Bild-CDs, die es von vielen Anbietern zu kaufen gibt.



Mit einfachen Mitteln wie Verkleinern, Vergrößern, Einfärben, Überlagern können wirkungsvolle abstrakte Motive geschaffen werden.



Das 3-teilige Ornament stammt von einem auf einer Reise fotografierten Schaufenster in Barcelona. Es wurde in Photoshop freigestellt.

ist etwas zu fad, zu wenig sexy. Aus einer Auswahl von Wortschöpfungen wie Kaleidoskop, Facetten, Farbbogen, Farbraum, Mysterium wird «Phänomen Farbe» geboren. Auch hier hilft die visuelle Umsetzung, die Auftraggeber zu überzeugen, wie die Tagung wirkt. Den Auftraggebern fällt es leichter, ja zu einer fertigen Komposition statt ja zu einem Text zu sagen.

Zielgruppensegmentierung

Bei vielen Events werden ein Logo und ein Bild einmal gestaltet und in alle Massnahmen wie Anzeigen, Plakate oder Programmhefte eingesetzt. Bei Upday wird ein anderer Weg eingeschlagen. Die Bilderwelten sollen verschiedene Zielgruppen ansprechen, sie werden dafür speziell massgeschneidert. Dennoch sollen die Bilder die gleiche Sprache sprechen, aus der gleichen Küche kommen. Die Differenzierung soll aus den Details entstehen, ohne dass die Zuordnung zum Event und zum Logo leidet. Die verschiedenen Sujets sollen mit digital gedruckten Mailings zielgruppenorientiert eingesetzt werden. Eine Fachzeitschrift für Marketing erhält ein anderes Bild als das Magazin für Druckfachleute. Zudem ermöglicht diese Flexibilität ein unendlich variables Erscheinungsbild, sei es im Programmheft, im Internet oder in einer Flashanimation. Auch die Formatproblematik ist gelöst. Es sind Banner im Internet möglich, aber auch hochformatige Roll-up-Displays.

Montage

Das Ganze wird zuerst in Illustrator als Rohmaterial aufbereitet, von dort in Photoshop eingesetzt und zu einer fertigen Bildmontage (46 Ebenen, 220 MB) kombiniert. Das Photoshop-File wird in InDesign mit dem Text ergänzt und zu fertigen Druckvorlagen verarbeitet. Die Website wird in Photoshop aufbereitet und als Designvorlage an den Webdesigner weitergeleitet, der die Site über ein Content Management System aufbereitet und den Organisatoren zur Verfügung stellt. Das Design steht, bevor der Tagungsablauf definiert ist, die Referenten verpflichtet sind, die Referatstitel benannt und die Sponsoringpartner gefunden sind. ■



phänomen farbe

Die zielgruppenorientierte Bilderwelt mit gemeinsamer Bildsprache und differenzierenden Details. Die fertige Anzeige ist auf Seite 81 im Heft zu sehen.



phänomen farbe



phänomen farbe



Auf der Website www.upday.ch sind alle aktuellen Informationen zur Tagung «Phänomen Farbe» abrufbar.