

Das Handy – bloß ein Telefon?

Eigentlich ist ein Handy ein alltäglicher Gebrauchsgegenstand, ein Ding, ein technisches Gerät. Mehr als 90 % der Jugendlichen über 11 Jahren besitzen mindestens ein eigenes Handy. Für viele ist es nicht nur eine Möglichkeit, ungestörten Kontakt mit Freunden aufzunehmen, sondern gleichzeitig ein wichtiges Image-Objekt. Es wird viel Geld ausgegeben, um stets ein möglichst neues Handy zu haben oder um neue Klingeltöne und Hintergrundbilder zu erwerben. Auch die zum eigenen „Style“ passenden Accessoires wie Handytaschen oder Anhänger sind vielen sehr wichtig.

In einzelnen Peergroups kann der Stellenwert und die Nutzungsintensität von Handys dennoch erheblich variieren: Von „Vielnutzern“, die sich ihren Alltag ohne Handy überhaupt nicht vorstellen können, über „Wenignutzer“ bis hin zu „Nichtnutzern“, die unfreiwillig oder in der Absicht, sich von den anderen abzugrenzen, gar kein Handy besitzen, ist unter jugendlichen Handybesitzern alles vertreten.

- 1 Schaut euch die Abbildung auf dieser Seite an. Könnt ihr über das Aussehen des Handys Aussagen darüber treffen, welche Bedeutung es für seine Besitzerin hat?
- 2 Welche Bedeutung hat das Handy für euch und eure Mitschüler und wie nutzt ihr es?
 - a) Besprecht in Gruppen, wie wichtig euch Klingeltöne und die Gestaltung des Hintergrundbildes sind. Stellt anschließend aus den auf euren Handys verwendeten Tönen und Bildern eine Bild-/Toncollage her und präsentiert sie vor der gesamten Klasse.
 - b) Führt in eurer Schule eine Umfrage durch. Überlegt in Gruppen, welche Fragen interessant sind. Gibt es auch bei euch Peergroups, bei denen sich die Bedeutung und Nutzung des Handys stark voneinander unterscheiden? Stellt die Ergebnisse eurer Auswertungen in geeigneter Form aus.
- 3 Was für ein „Handytyp“ bist du? Notiere, was dir an deinem Handy besonders wichtig ist und inwiefern es Eigenschaften von dir für andere sichtbar machen soll.
 - a) Gestalte anschließend eine individuelle, ungewöhnliche Handytasche aus frei gewählten Materialien, die zu dir und deinem Handy passt.
 - b) Forme aus Stoff, Leder, Papier, Pappmaché etc. ein Handyhalter-Objekt, das etwas über die persönliche Bedeutung des Handys für dich aussagt.

Das ... Handy verkörpert Design und Lifestyle auf Höchstniveau! Seine exzellente Verarbeitung aus Metall- und Chrom-Elementen sowie seine geschwungene Form machen es zu einem edlen Blickfang. In punkto Ausstattung bietet das ... Handy ebenfalls nur das Beste vom Besten. Perfekte Schnappschüsse gelingen mit der hochwertigen 5,5 Megapixel-Kamera und Autofokus, und für unbegrenzte Musikunterhaltung unterstützt der Slider die Verwaltung lizenzgeschützter Musikdateien. Das ... Handy, die perfekte Wahl für einen anspruchsvollen Lifestyle im Beruf oder Privat.

Werbetext für ein Handy



Handy einer 19-jährigen Schülerin

Wie entwirft man ein Logo? Neben den Gestaltungsprinzipien sollen euch zwei Konzepte von unterschiedlichen Designern dabei helfen, eigene Logos zu entwerfen und vorhandene besser zu verstehen. Anton Stankowski geht, wie ihr gesehen habt, von abstrakten Zeichen aus. Diese versucht er so zu gestalten, dass sie vom Betrachter fast wie Begriffe „gelesen“ werden können (s. Abb. links). Klaus Grözingers hingegen hat als Basis für Werbegestaltungen ein Entwurfskonzept entwickelt, das von realen Gegenständen ausgeht. Sie werden in einer Serie von Skizzen nach und nach abstrahiert: Immer mehr beobachtete Einzelelemente werden weggelassen, sodass am Ende stark vereinfachte Bilder stehen, die auch Piktogramme genannt werden (s. Abb. links).

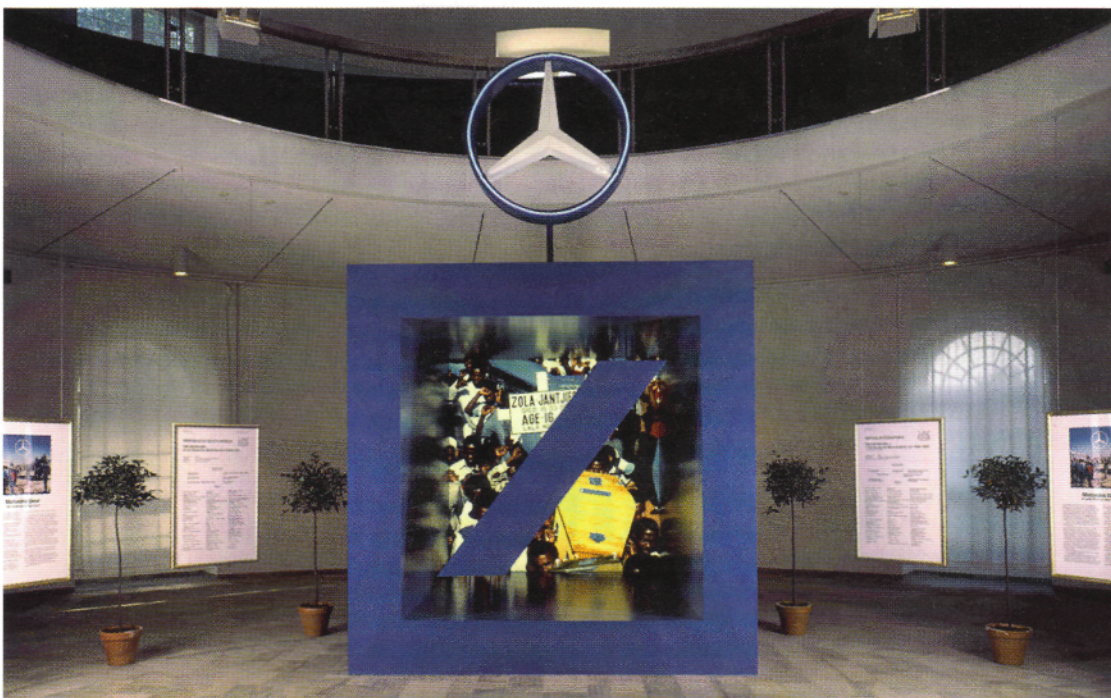
Der Künstler Hans Haacke stellt in seiner Installation „Kontinuität“ das vermeintlich „saubere“ Image großer Firmen gründlich infrage. Auf den Informationstafeln zu seiner Arbeit erfährt der Betrachter u. a., dass die Deutsche Bank einen erheblichen Aktienanteil an DaimlerChrysler hält. Beide Unternehmen unterstützten in den 1980er-Jahren das Apartheidregime in Südafrika – mit Geld und Militärfahrzeugen. Das Foto im Hintergrund des Logos zeigt einen Trauerzug für den 16-jährigen Zola Jantjies. Er wurde bei einem Aufstand der schwarzen Bevölkerung gegen die Unterdrückung

durch die weiße Minderheitsregierung getötet. Hans Haacke macht die beiden Konzerne mitverantwortlich für die Opfer des Apartheidregimes. Er thematisiert auch die Zusammenarbeit der Deutschen Bank mit dem Naziregime (s. Randspalte).

- 5 a) Suche dir einen realen Gegenstand und entwickle in zwei bis drei Schritten ein Piktogramm daraus. Ordne ihm eine mögliche Nutzung für ein Produkt- oder Firmenlogo zu.
- b) Stelle Begriffe wie Natur, Fortschritt, Technik, Wasser, Schnelligkeit, Energie, Harmonie, Weiblichkeit, Männlichkeit durch abstrakte Formen dar. Überlege, für welchen Bereich daraus ein Logo geschaffen werden könnte.
- 6 Entwickle in einer Reihe von Skizzen ein Logo für ein frei gewähltes Thema nach der Methode Stankowskis oder Grözingers. Verwende reine Bildzeichen oder kombiniere sie mit Buchstaben. Dokumentiere deinen Entwurfsprozess und führe dann eine vergrößerte Reinzeichnung aus.
- 7 Wie geht Hans Haacke mit dem Logo der Deutschen Bank und von Mercedes um? Was ändert sich dadurch an der Wirkung der Logos?
- 8 Suche dir ein Logo z. B. aus den Bereichen Energie, Zigaretten, Alkohol oder Kosmetik. Hinterfrage es in einem Kunstwerk. Kombiniere dabei mindestens zwei Techniken/Medien miteinander.

„Die Untersuchung der Deutschen Bank hat ergeben, dass sie eine ungewöhnliche Konzentration wirtschaftlicher Macht darstellte und an der Durchführung der verbrecherischen Politik des Naziregimes auf wirtschaftlichem Gebiet teilgenommen hat.“

Text auf einer der Informationstafeln von Hans Haackes Arbeit (Auszug aus einem Originaldokument von 1946/47)



Hans Haacke: Kontinuität, 1987. Dreidimensionale Adaption des Logos der Deutschen Bank, rotierender Mercedes-Stern in Neon, Lichtkasten, Farbfotografie (Foto: Mark Peters, Black Star), 8 Text- und Fotografietafeln, 6 Lorbeerbäume, Installationsmaße: 500 x 350 x 350 cm, documenta 8, Kassel

Bild und Text

Erinnerst du dich noch daran, was für ein Ereignis es war, das erste Mal den eigenen Namen zu schreiben? Aus den ersten Schreibversuchen ist inzwischen längst deine eigene Handschrift geworden. Heute schreibst du viel am Computer – aber mit welcher Schrift? Denkst du darüber nach? Wählst du Schriften bewusst aus?

Neben Informationen vermitteln Wörter und Texte auch bildhafte Vorstellungen und Assoziationen,

die durch die typografische Gestaltung verstärkt werden können. In der Plakatkunst und auf Werbe-postkarten werden Text und Bild oft zu überraschenden Aussagen verknüpft. In der visuellen Poesie wird der Text selbst zum Bild (s. S. 13).

Um mit Schrift wirkungsvoll umzugehen, ist es wichtig, gängige Schrifttypen zu kennen und mit Ausdrucksmöglichkeiten von Schriften zu experimentieren.



Schrifttypen mit und ohne Serifen (Antiqua, Grotesk), Serifen sind die kleinen „Füßchen“ am Ende der Buchstaben



Groß, fett und angeschnittener Buchstabe; kleine Buchstaben in den Schriftschnitten: normal, normal kursiv, fett, fett kursiv



Majuskeln/Versalbuchstaben, die grafisch entwickelt wurden. Spiel mit Ecken und Rundungen, Punkten und Linien sowie unterschiedlichen Konturen und Füllungen. Solche Buchstaben eignen sich z. B. als Initiale (schmückender Anfangsbuchstabe von längeren Kapiteln oder Abschnitten)



Dreidimensionale Umsetzung von Buchstaben: mithilfe von Word und als fertige Zierschrift „Knockout“ von Richard W. Mueller

A – ein Buchstabe und nahezu unbegrenzt viele Möglichkeiten, diesen darzustellen ...

1 Schneidet aus Zeitschriften unterschiedliche Buchstaben und Wörter aus. Tragt in Gruppenarbeit die Beispiele zusammen. Findet Gemeinsamkeiten heraus, um „Schriftfamilien“ zu bilden. Klebt die Ergebnisse auf ein Blatt und charakterisiert die Schriftfamilien mithilfe der Angaben in der Bildleiste und ggf. anhand eigener Recherchen.

2 Wähle in einem Textverarbeitungsprogramm drei verschiedene Schriften aus. Experimentiere mit unterschiedlichen Größen, Schriftschnitten, Laufweiten und Texteffekten. Finde für jede Schrift ein Wort und eine Form, die den Charakter der Schrift möglichst gut ausdrückt.

3 Suche eine Schrift, die zu dir passt. Schreibe mit dieser Schrift am Computer deinen Namen und drucke ihn mehrfach aus.

- a) Verfremde deinen Namensausdruck z. B. durch Zerreißen, Verblässen oder Muster (s. Beispiele unten).
- b) Versuche, deinen Namen entsprechend der Gestaltung auszusprechen. Experimentiere hierzu mit Lautstärke, Geschwindigkeit, Betonung etc.

4 Male oder gestalte aus Alltagsmaterialien ein „Einwortplakat“ z. B. zu FILM, FEST, MUSIK, TANZ, LEBEN, WASSER, JA, NEIN, KRIEG. Der Inhalt soll durch die Schriftgestaltung verdeutlicht werden.



Deformieren, verzerren, stauchen



Mit Schatten und Spiegelungen arbeiten, verschiedene Schrifttypen kombinieren ...



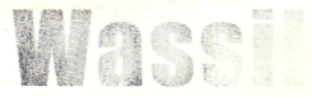
Ausradieren, zerkratzen ...



Verzieren, mit Ornamenten und Mustern versehen, übermalen ...



Zerreißen ...



Verschwinden, verblässen lassen ...

Einige Beispiele, wie man eine Schrift verfremden kann – hier diente die Grotesk-Schrift „Impact“ als Grundlage (im Internet findest du viele Schrifttypen, an denen du dich orientieren kannst, z. B. auf der Schriftensammlungsseite www.dafont.com)

Plakatkunst

Auf dem Weg zum Plakat

„Ein Plakat ist eine Fläche, die ins Auge springt.“

Franz Mon

Schau dir die gelbe Fläche an. Wie wirkt sie auf dich? Was würde sich an der Wirkung ändern, wenn dort ein Lichtschalter oder ein Fischeskelett zu sehen wäre?

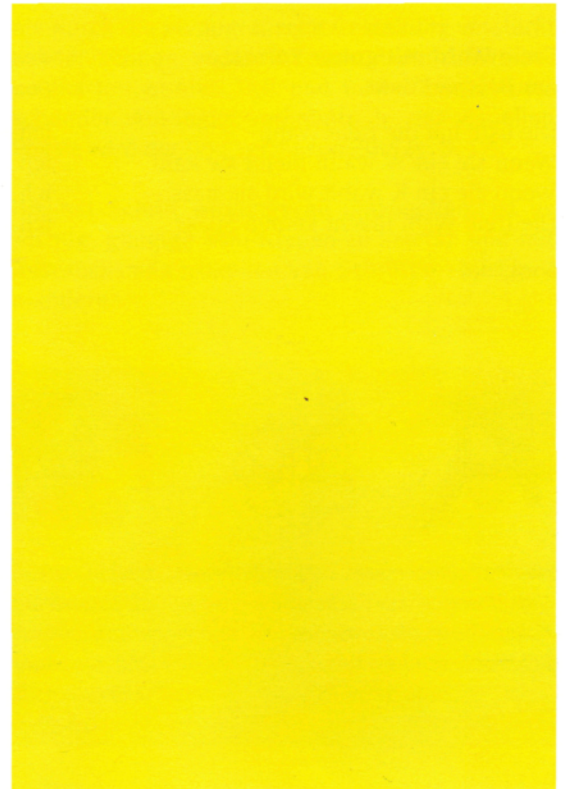
Ein einzelnes Element kann aus der farbigen Fläche eine gerichtete Aussage machen: Ein Lichtschalter steht beispielsweise für Energie, ein Fischeskelett für Fischsterben. Als sogenanntes „pars pro toto“ kann ein einzelnes Bild oder Wort stellvertretend auf einen übergeordneten Zusammenhang verweisen.

Neben dem gezielten Einsatz von Farben spielt bei der Plakatgestaltung die Verwendung von Symbolen eine wichtige Rolle. Ein Symbol ist ein Zeichen mit einer übergeordneten Bedeutung. Dabei kann sowohl eine einzelne Farbe als auch ein Bild oder eine Zahl Symbolträger sein: Eine weiße Taube etwa symbolisiert den Frieden, eine Blume kann ein Sinnbild für die Vergänglichkeit der Schönheit sein. Viele Symbole haben einen religiösen Ursprung, weswegen sie in verschiedenen Kulturen nicht immer die gleiche Bedeutung haben: Während wir z. B. die Farbe Weiß mit Freude, Reinheit und Unschuld in Verbindung bringen, symbolisiert diese Farbe in China Trauer und Tod.

1 Verwende für die folgende Farbübung Papier im Format DIN A4–A6 und führe sie rasch und intuitiv aus.

- a) Du benötigst Zeitschriften mit Farabbildungen, aus denen farbige Papierflecken gerissen werden. Fertige eine ungegenständliche Collage zu einem der folgenden Begriffe: frisch, edel, jung, weiblich, männlich, kalt, zart, billig, fröhlich, festlich, gesund, bedrohlich. Stelle die Collage in maximal acht Minuten fertig.
- b) Wertet die Ergebnisse aus, indem ihr sie unsortiert und ohne Nennung des Themas präsentiert und dann den Begriffen zuordnet. Diskutiert darüber, wie die Ergebnisse zu erklären sind.

- 2** Recherchiere zur symbolischen Bedeutung von Farben und stelle die Ergebnisse in einer Liste zusammen.
- 3** Experimentiere mit der Verwendung unterschiedlicher Symbole:
 - a) Skizziere, fotografiere oder schneide eine Abbildung aus: z. B. einen Apfel, eine Walnuss, eine Blume, ein Buch eine Hand.
 - b) Erstelle eine Mindmap zu möglichen symbolischen Bedeutungen deiner Motive. Ergänze diese durch Recherchen im Internet.
- 4** Arbeite mit Verfremdungen von Symbolen, indem du durch Zerschneiden, Zerreißen oder Zerknittern deiner Bildvorlagen verschiedene Zustände herstellst. Wie verändert sich jeweils die Aussage?
- 5** Entwickle skizzenhaft aus einer deiner bisherigen Vorarbeiten eine Plakatidee.
- 6** Betrachte das abgebildete Plakat von Gunter Rambow (S. 15). Wie wirken hier Symbolik und Farbe zusammen? Welche Funktionen hat der Text?



Zum Thema Verpackungsdesign

Was eine Verpackung leisten soll:

- die Ware schützen sowie sie lager- und transportfähig machen
- umweltverträglich sein und gleichzeitig kostengünstig
- eine leichte Benutzung ermöglichen (öffnen, schließen)
- einen hohen Wiedererkennungswert haben
- Identität und Art des Produktes darstellen
- Image produzieren
- über das Produkt informieren

Produktimages:

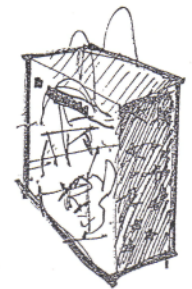
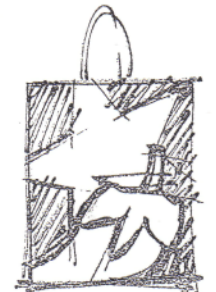
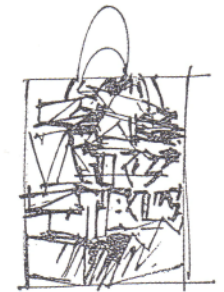
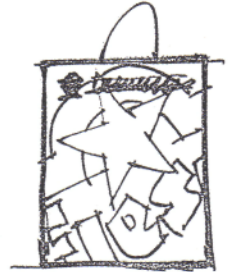
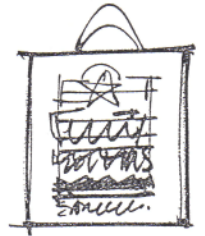
frisch, natürlich, ökologisch, biologisch, billig, mittlere Preislage, hochwertig, teuer, kostbar, technisch, exotisch, fair gehandelt, erotisch, männlich, weiblich, kindlich, jugendlich, schnell, bunt, stabil, konventionell, modern ...

Das gehört zu ihrer Gestaltung:

- Form der Verpackung
- Materialien
- inhaltliche Festlegung der Textelemente
- grafische Gestaltung der Oberfläche (Farbe, Bildelemente, Typografie)

Materialien zum Selbsterstellen:

- farbige Papiere (verschiedene Abstufungen von den Spektralfarben ausgehend sowie Schwarz, Weiß, Silber und Gold)
- weiß gestrichene Schachteln und Behälter
- Zeitschriften
- Klebstoff
- Scheren, Cutter



3 Für drei Spielzeugautos sind einfache Verpackungen zu entwerfen:

- a) Wähle ein Auto aus und entwirf zu diesem ein Produktimage mithilfe der vorgegebenen Begriffe (s. oben).
- b) Stelle auf einem Skizzenblatt in Form von Zeichnungen, Malerei oder Collagen Formen, Farben, Motive in einer lockeren Sammlung zusammen, die zu dem jeweiligen Produktimage und dem speziellen Auto passen.

- c) Scribbele auf Basis der Skizzensammlung eine Serie von Verpackungsentwürfen zu deinem Produkt. Orientiere dich zum Prinzip des Scribbelns an den Beispielen auf dieser Seite.
- d) Besprecht in Partnerarbeit eure Ergebnisse und entscheidet euch für einen Entwurf, den ihr anschließend als 3D-Modell (Prototyp) nachgestaltet. Die Wahl der Techniken ist euch dabei freigestellt. Fertige Verpackungen können als Grundlage dienen. Im Internet findet ihr allerdings auch viele Anleitungen für diverse Falttechniken, die es euch ermöglichen, eure Verpackungen individueller zu gestalten (s. auch S. 25).

Scribbles für Einkaufstaschen und -tüten.
Aus: Juli Radice:
„shopping bag design 2“



Kreatives Verpackungsdesign

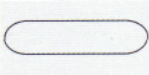
Für eine neu kreierte Teesorte in Beutelform wird eine Verpackung gesucht. Es soll der Einstieg in eine ganze Produktlinie werden. Normalerweise vergibt eine Firma in einem solchen Fall einen Auftrag in Form eines Briefings an ein Designbüro. In diesem Fall aber bist du mit deinen Ideen gefragt: Du kannst dir aussuchen, ob du eine Verpackung für einen Früchtetee, einen „romantischen“ Tee, einen „Energietee“ oder eine ganz eigene Kreation gestaltest.

Mit das Wichtigste ist auch hier eine „zündende Grundidee“. Eine gute Möglichkeit, Einfälle zu sammeln und das eigene kreative Potenzial auszuschöpfen, ist die morphologische Methode: In einem sogenannten morphologischen Kasten werden die Ideen gesammelt und dann die besten herausgefiltert. Das Beispiel unten zeigt die Ideenfindung für eine Schokoriegelverpackung.

- 1** Erfinde deine eigene Teesorte. Es ist auch möglich, in Gruppen eine Marke mit verschiedenen Sorten zu entwerfen. Widme dich als Erstes der kreativen Ideenfindung:
 - a) Entwickle auf kleinen Kärtchen möglichst viele verschiedene Ideen zu den Bereichen: Image; Farben; Motive (Collage, Zeichnung); Schrift (ausschneiden, ausdrucken); Logo (nur die äußere Kontur); Produktname. Gehe zügig vor, ohne deine Ideen zu kontrollieren. Es ist auch möglich, arbeitsteilig in einer Gruppe zu arbeiten.
 - b) Lege die Ergebnisse in Reihen (morphologischer Kasten) so zusammen, dass aus den Elementen ein möglichst stimmiges Image entsteht (s. Beispiel unten).
 - c) Wähle aus dem morphologischen Kasten die Reihe aus, die dir besonders geeignet erscheint. Erstelle auf dieser Grundlage Scribbels für das Aussehen der Verpackung.
- 2** Analysiere Beispiele von Beutelteeeverpackungen in Hinblick auf Form, Gestaltung und Funktion der unterschiedlichen Seiten der Umverpackung (Schachtel). Du kannst daraus ein Modell für deinen Prototyp entwickeln.
- 3** Erstelle einen zeichnerischen Entwurf auf Papier im Format 1:1.
 - a) Fertige danach den Prototyp aus Karton. Du kannst für die Gestaltung unterschiedliche Techniken wie Malerei, Zeichnung oder Collage kombinieren. Auch die Verwendung von Computerausdrucken bietet sich an.
 - b) Als Erweiterung kannst du noch Tüten für einzelne Teebeutel gestalten.
 - c) Arrangiere dein Produkt und fotografiere das Arrangement werbewirksam.
- 4** Präsentiert die Ergebnisse, als sei eure Klasse ein Designbüro, in dem es um die interessantesten Ideen geht.

Ideenbox für weitere Themen

- eine Einkaufstasche aus Papier oder aus Recyclingmaterial herstellen
- ein verrücktes Fertigmü erfinden und eine Verpackung dazu herstellen
- einen Duft verpacken: Parfüm, Duschgel usw.
- Geräusche verpacken: Einen Karton mit Gegenständen füllen, die Klänge erzeugen und für diesen ein geeignetes Outfit schaffen
- eine Mappe gestalten für Bilder aus dem Kunstunterricht, die etwas über den Besitzer aussagt
- Verpackungen entwickeln, in denen die fünf Sinne eingeschlossen sind
- Verpackungsdesign von einem Künstler oder einem Kunstwerk ausgehend entwickeln

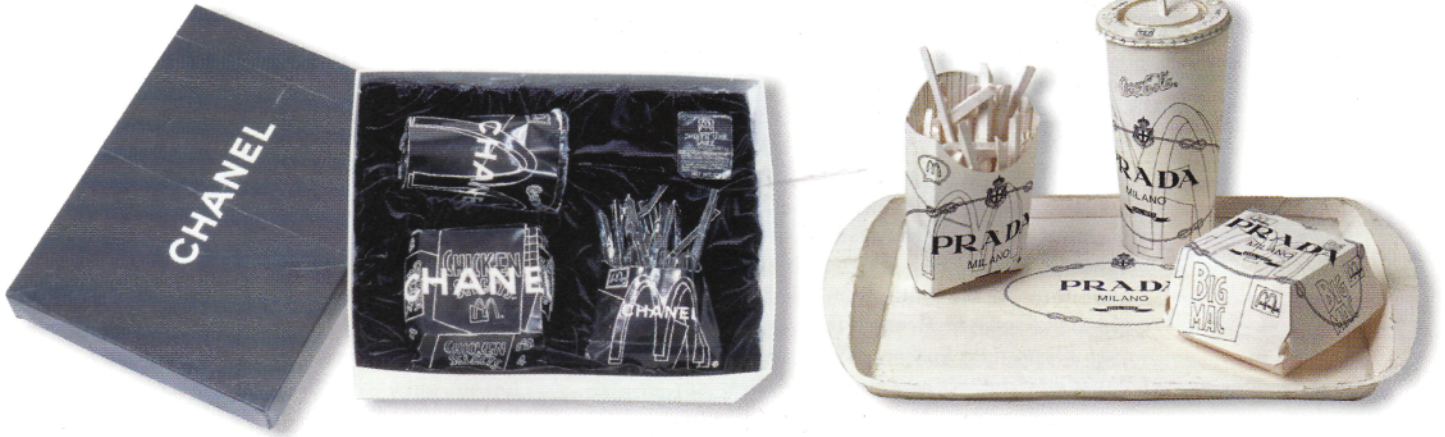
Image	Farben	Motive	Schrift	Logo	Name
weiblich			Schrift		'MMMHH'
jugendlich, frisch			SCHRIFT		SCHO KO KO
fit, sportlich			Schrift		SCHOKI

Beispiel Schokoriegel: Die morphologische Methode als Möglichkeit zur Ideenfindung
Drei Reihen in einem morphologischen Kasten

Glanz und Elend der Verpackung

„Der Mensch ist das einzige Lebewesen, das Abfall produziert.“

Jean-Marc Frei



Tom Sachs: Chanel Special Meal, 1999. Karton, Papier, Tusche, Heißkleber, 13,5 x 34 x 29 cm und Prada Valumeal, 1998. Karton, Papier, Tusche, Heißkleber, 30 x 44 x 31 cm

Es ist kein Geheimnis, dass der Reiz der schönen Dinge und besonders deren Verpackung auch Probleme mit sich bringt. Vor allem die ökologischen Probleme, die die Kehrseite von Wegwerfgesellschaften wie der unseren darstellen, führen zum Hinterfragen des „immer mehr, immer schöner und immer neu“. Nachhaltigkeit ist ein Ziel, dem sich – in Reaktion auf ein wachsendes Bewusstsein der Bevölkerung – auch die Verpackungsindustrie stellen muss.

Viele Künstler greifen ebenfalls das Thema Konsumwelt auf. Sie reflektieren und hinterfragen unsere Verpackungs- und Warengesellschaft mit künstlerischen Mitteln, indem sie uns vertraute Gegenstände und Werbestrategien in einen neuen Zusammenhang stellen oder sie zweckentfremdet einsetzen: Sie vergolden z. B. Einkaufswagen, präsentieren Fertigmenüs als Edelware oder lassen Leuchtreklamen mit rätselhaften Botschaften und Apellen inmitten von Werbungen erscheinen.

- 1** Wie nehmen die Arbeiten von Tom Sachs zum Thema Verpackung und Ware Stellung? Schreibe dazu einen Zeitungsartikel.
- 2** Sammelt den Verpackungsmüll einer Woche, den ihr selbst produziert oder den ihr in der Klasse findet. Macht daraus in der Schule eine Installation mit Infotafeln. Die Installation sollte künstlerischen Charakter haben.
- 3** Informiert euch im Internet arbeitsteilig über folgende Künstler und Künstlerinnen: Andreas Gursky, Barbara Kruger, Christo, Claes Oldenburg, Jenny Holzer, Silvie Fleury, Tom Sachs. Sammelt jeweils Kurzinfos zu den Künstlern und wählt 3–4 Arbeiten aus, die besonders gut zum Thema passen.
 - a) Stellt euch gegenseitig die Künstler und ihre Werke vor.
 - b) Welche Position(en) beziehen die einzelnen Künstler zum übergeordneten Thema? Mit welchen Mitteln tun sie dies?
- 4** Erstelle selber eine Arbeit, die sich kritisch und auf verfremdende Weise mit dem Thema Verpackung und/oder Konsum auseinandersetzt.

Infobox zum Thema Installation

Eine Installation ist eine dreidimensionale Kunstform, die den umgebenden Raum mit einbezieht. Jegliche Form von Material kann in eine Installation eingebaut werden: Fotografien, (biografische) Gegenstände/Informationen, Videos, Geräusche/Musik, Lichteffekte usw. Eine Installation kann für den Betrachter aussehen wie eine wissenschaftliche Versuchsanordnung oder auch völlig chaotisch wirken. Sie folgt der Logik und den Assoziationen des Künstlers oder der Künstlerin.