



  
ALVAREZ  
CHOCOLAT AG

# KONZEPTION FÜR DIE ZERTIFIKATE

## Inhaltsverzeichnis

1. Briefing und Technische Vorgaben .....	S. 3
2. Intension und Zielgruppe .....	S. 4-5
3. Main Idea .....	S. 5
4. Layout und Gestaltung .....	S. 6-7
5. Typografie .....	S. 8
6. Farbwahl .....	S. 9
7. Arbeitsaufwand .....	S. 10
8. Platz für Notizen .....	S. 11

## Briefing und Technische Vorgaben

Erstellung von zwei Zertifikaten mit Seriencharakter für die Workshops „edle Schokoladenpralinen“ und „festliche Schokoladentorten“ für die Firma Alvarez-Chocolat AG.

Das Format der Zertifikate ist 290 x 400 mm und wird 4/0 Farbig gedruckt.

## Intension und Zielgruppe

### INTENSION

Imagestärkung mit edler Aufmachung des Zertifikates soll im Zusammenhang mit einem besonderen Erlebnis und einen Erinnerungswert geschaffen werden.

Markenbindung an Alvarez Chocolat AG: Junge Menschen frühzeitig an Produkt und Marke zu binden, sie direkt als Neukunden ansprechen um ihre Zielgruppe zu erweitern.

### ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe der Alvarez Chocolat AG richtet sich an Schokoladenliebhaber, Goumets, Bäcker und Konditoren. Des Weiteren sollen junge Zielgruppen wie z.B. Schüler, Studenten und Auszubildende angesprochen werden.

Jugendliche rücken mehr und mehr im Focus von Gesellschaft, Politik und Marketing. Sie gelten als kaufkräftige, meinungsbildende Zielgruppe, als Innovation und stehen für einen Zukunftsmarkt. Angesprochen werden Personen aller Altersklassen, welche eine Leidenschaft für das Verarbeiten und Experimentieren mit Lebensmitteln haben, insbesondere mit Schokolade. Durch ihre Leidenschaft sind sie daran immer interessiert neue Ideen zu entwickeln. In ihrer Freizeit besteht ebenfalls eine Affinität um Kochen und Backen.

## Main Idea

Sie veranstalten regelmäßig Abende, wo sie ihre Freunde mit neuen Kreationen verwöhnen. Für das Experimentieren mit Schokolade interessieren sich Männer sowie Frauen. Die Schokoladen-Experimentierfreudigen sollen durch ein Workshop-Angebot von Alvarez Chocolat AG in ihrem Willen bestärkt und unterstützt werden.

Mit erlesenen Zutaten und viel Liebe zum Detail macht die Alvarez Chocolat AG die Zielgruppe zu Hobby-Chokolatiers.

### MAIN IDEA

Da das Unternehmen Alvarez Chocolat AG ein traditionsbewusstes Unternehmen ist wird bei der Gestaltung eher auf klassische und dezente Gestaltungselemente geachtet. Die Farbgebung wird sich auf das Hauptthema Schokolade beziehen.

## Layout und Gestaltung

### LAYOUT

Für die Zertifikate wird ein einseitiger Satzspiegel angelegt im Verhältnis 1:2 um die Eleganz und Hochwertigkeit der Alvarez Chocolat Ag zu unterstreichen.

Der Text wird zentriert gesetzt, da das Logo des Unternehmens ebenfalls zentriert ist, dadurch wird eine gewisse Harmonie erreicht. Zur besseren Lesbarkeit und zur Themenabgrenzung zwischen „Edle Schokoladenpralinen“ und „Festliche Schokoladentorten“ wird eine farbige Fläche mit einer sehr hohen Transparenz eingesetzt.

### GESTALTUNG

Bei der Gestaltung wird nach dem Prinzip „weniger ist mehr“ gegangen. Um die Hochwertigkeit des Unternehmens zu unterstreichen wird nur ein Bild im Hintergrund dezent platziert.

... Das „Schokoladenmädchen“ von Jean-Étienne Liotard entstand zwischen 1743 und 1745 und stellt eine Zoffe aus diesem Jahr da. Das adrett gekleidete Schokoladenmädchen besticht den Betrachter, dem sie sich mit keiner Geste zuwendet, durch ihre grazile Anmut. Ihr jugendliches Gesicht strahlt Frische und Natürlichkeit aus. Konzentriert trägt sie ein kleines Lacktablett mit einer Tasse Schokolade und einem Glas Wasser. ...“  
(Zitat: [www.alte-dosen.de](http://www.alte-dosen.de))

Das Bild wurde in den Anschnitt gesetzt um eine größere Bildspannung zu erzeugen. Die Schokoladenliebhaber und Kunstinteressierten erkennen dieses Bild sofort und können einen direkten Bezug zum Thema Schokolade herstellen. Schon in den frühen 20iger Jahren wurde dieses Bild zu Werbemittel eingesetzt.

Jedoch ist das Bild bei der jungen Zielgruppe eher unbekannt. Diese Wissenslücke wird als positiv angesehen, da hierdurch der junge Betrachter angeregt wird herauszufinden was dieses Mädchen mit der Schokoladenherstellung zu tun hat.

In der Gestaltung wird ebenfalls darauf geachtet, dass das Zertifikat zwei Funktionen erhält. Zum einem die Funktion als Zertifikat und zum anderen die Funktion als Plakat. So dient es dem Workshop teilnehmer als Dekorationselement in seinen Wohnräumen. Diese Funktionalität wird durch die Gemäldestruktur des Bildes unterstützt.

Der Seriencharakter der Zertifikate entsteht durch die Farbgebung, der transparenten Fläche, die Position des Logos und deren zentrierten Anordnung. Das Bild von dem Schokoladenmädchen kann je nach Verwendung aus dem Bild gerückt werden. So kann mit dem Hintergrund des Bildes gearbeitet werden.



## Typografie

### TYPOGRAFIE

In dem Umgang mit der Typografie wird man sich auf zwei Schriftarten beschränken, um das traditionsbewusste des Unternehmens zu unterstreichen.

Für die Überschrift „Zertifikat“ wurde die Schriftart Trajan Pro vom Logo aufgegriffen, dies bildet ein Gefühl von Harmonie. Als weitere Schriftart wird eine Serifenschrift (Rotis Serif) verwendet die teinen Einklang zur Trajan Pro bildet.

Die Rotis Serif gehört zu der klassizistischen Antiqua. Diese Schrift hat eine klare Wirkung, dies wird unter anderem durch die gerade angesetzten Serifen, die sehr eckig wirken, erreicht. Die Endungen sind waagrecht, bei den kursiven Schnitten sind sie abgerundet. Die Achsen verlaufen senkrecht, und passend zum kontrastreichen Klassizismus ist der Unterschied in den Strichstärken deutlich ausgeprägt.

(Quelle: Grundkurs Typografie u. Layout)

Die Zielgruppe erkennt sich in der Klarheit von dieser Schrift wieder.

Rotis Serif 8 pt

Rotis Serif 12 pt

Rotis Serif 14 pt

## Farbwahl und Papierwahl

### FARBWAHL




Die Farbwahl für die Zertifikate bezieht sich auf das Hauptthema Schokolade (gedeckte Farben). Es werden keine Sonderfarben verwendet.

Pro Thema gibt es einen Farbton aus den Farbharmonien der Braun- bzw. Erdtöne. Diese wird mit einer Transparenz von ca. 30 bis 40 % angelegt.

Das Logo und die Fließtextschrift wird in einem dunklem Braun gefärbt. Es ist notwendig das Logo der Firma Alvarez Chocolat Ag umzufärben um einen harmonischen und Themenbezogenen Gesamteindruck zu erzeugen.

### PAPIERWAHL

Das Papier wird ein 246 g/m<sup>2</sup> Elfenbeinkarton leinengeprägt aus der Kategorie der Feinstpapiere sein.

	C 0 M 68 Y 100 K 77
	C 15 M 76 Y 94 K 3
	C 20 M 40 Y 50 K 20

# Arbeitsplanung

TAG	TÄTIGKEIT	ARBEITSTUNDEN
Montag	Briefing; erste Entwürfe: Scribble, Brainstorming, Layout in InDesign	4 Stunden
Dienstag	Rücksprache mit dem Kunden und Korrekturen durch führen.	4 Stunden
Mittwoch	Bildbearbeitung Photoshop; Papierrecherche im Internet; Feinschliff	3 Stunden
Donnerstag	Freigabe durch Kunden; Druckdateien mit Acrobat erstellen	1 Stunde
Freitag	Drucken, Schneiden und Lieferung	3 Tage
GESAMTSTAUFWAND:		5 Tage

# Platz für Notizen

