

KONZEPTION FÜR



DAS PLAKAT



ZISSEL
grapefruit

ZISSEL
lemon

ZISSEL
kaktusfeige

Irene Wilhelm; Prüfungsnr.: 20469

Inhaltsverzeichnis

1. Briefing und Technische Vorgaben	4
2. Intension	5
3. Zielgruppe	6–7
4. Main Idea	7
5. Layout und Gestaltung	8–10
6. Typografie	10–11
7. Farbwahl	11–12
8. Papierwahl, Weiterverarbeitung und Sonstiges	13
9. Arbeitsplanung	14–15



Briefing

Die Privatbrauerei Zissel im oberfränkischen Kulmbach existiert als kleines Familienunternehmen bereits seit 1898. Die Zissel-Biere werden traditionell nach dem Bayerischen Reinheitsgebot hergestellt. Zur Brauerei gehören eine Gaststätte mit Biergarten, eine Brennerei und ein Gästehaus.

Zissel bringt drei neue Bier-Mixgetränke „Lemon“, „Grapefruit“ und „Kaktusfeige“ auf den Markt und plant die erstmalige Präsentation im Rahmen einer Brauparty am 1. August 2010.

Für diese öffentliche Veranstaltung soll ein Plakat werben. Die Plakatgestaltung folgt dabei der Zielstellung, auf die neuen Mixgetränke neugierig zu machen, ohne die eigentliche Markteinführung der neuen Produkte vorweg zu nehmen.

Technische Vorgaben

Das Plakat wird im Format A2 (420 mm x 594 mm) auf gestrichenem Papier nach ISO 12647-2 im Offsetdruck 4/0-farbig gedruckt.



Intension der Privatbrauerei Zissel

Hersteller von alkoholischen Getränken sind durch den Gesetzgeber gezwungen, neue und indirekte Wege für den Verkauf von Produkten zu entwickeln. Hinzu kommen neue Trinkgewohnheiten der Kunden und attraktive, neue Vermarktungsideen. Der Trend geht in Richtung „Szenetränke“ oder „Kultmarke“. Dabei sollen Stammkunden gehalten und vor allem junge Neukunden an neue Produkte und damit an die Marke gebunden werden.

Die Intension der Privatbrauerei Zissel besteht darin, über hochwertige Mixgetränke, d.h. leicht alkoholhaltige Getränke neue Kunden wie Touristen, Freizeitsportler und Jugendliche zu gewinnen und zu binden. Dabei geht es um die frühe Markenbindung, aber auch um eine moderne, frische, spritzige und zeitgemäße Aufmachung des Produktes sowie der dafür geplanten Werbung.



Zielgruppe

Die Zielgruppe der Privatbrauerei Zissel sind Bierliebhaber, Sportler, Tages- und Wochenendtouristen und Einheimische. Als neue Zielgruppen sollen verstärkt Jugendliche (ab 16 Jahren) und Studenten überregional angesprochen werden.

Junge Erwachsene rücken mehr und mehr in den Focus der Gesellschaft, Politik und Marketing. Sie gelten als kaufkräftige, meinungsbildende Zielgruppe, als Innovatoren für einen Zukunftsmarkt. Angesprochen werden Personen ab 16 Jahren, die eine Leidenschaft für Genuss und das Experimentieren mit Biermixgetränken haben. Dies motiviert, neue Ideen auszuprobieren. Durch ihre Leidenschaft sind sie daran interessiert neue Trends zu setzen. In ihrer Freizeit besteht eine Affinität Neues auszuprobieren. Sie veranstalten regelmäßig Abende, wo sie mit Ihren Freunden in einer gemütlichen Runde zusammensitzen oder auf Feste gehen. Hinzu kommen regionale Traditionen und deren Pflege. Ein Volkstanz wie der Schuhplattler sind ohne Bier und ohne Lederhose undenkbar.

Oberfranken hat mit mehr als 200 Brauereien nicht nur die höchste regionale Dichte weltweit, sondern einen weltweiten Ruf zu verteidigen.



Die Oberfranken sind stolz darauf und genießen ihre Biere, ob daheim, am Stammtisch, auf Dorffesten, auf den Kirchweihen, in Biergärten und Wirtshäusern oder beim Wandern und Radfahren. Alkoholfreie Biere setzen sich bei Sportlern und Autofahrern durch.

Die Privatbrauerei Zissel stellt sich diesem Trend und präsentiert ihre Neuentwicklungen auf einem „Getränke-Fest“. Sie verbindet damit auch die Verarbeitung erlesener Produkte in der Fortsetzung ihrer Unternehmenstradition.

Main Idea

Als traditionsbewusste Firma will und muss Zissel junge und einheimische Kunden ansprechen; der Zeitgeist verlangt, dass dabei frische und moderne Gestaltungselemente in die Bierwerbung Einzug halten. Das Plakat soll diese Ansprüche aufnehmen und mit frischer Farbe die Geschmäcker und das Bewusstsein neuer Kunden animieren. Die erfolgreiche Umsetzung der Idee und des Plakates soll der erste Schritt zu einer deutschlandweiten Zissel-Kultmarke werden.

Layout

Das Plakat hat einen einseitigen Satzspiegel mit gleichen Abständen für Außen-, Innen- und Kopfsteig. Dies symbolisiert für den Kunden die Tradition und die hochwertige Qualität der Produkte, die wichtigsten Attribute einer Privatbrauerei. Das Bildmaterial ist randabfallend gesetzt, wodurch das Layout sowohl aufgelockert, als auch abwechslungsreich wirkt. Die Bilder folgen in ihrer Platzierung der Gleichung, die dem Plakat zu Grunde liegt.

Gestaltung

Diese inhaltliche Gleichung gibt der Gestaltung des Plakates eine Richtung: Hopfen + Frucht = Party. Das so entstehende Bilderrätsel macht neugierig und wirkt als Indikator für einen besonderen Geschmack und gute Stimmung. Der Biermix symbolisiert sich in der Bildauswahl von Hopfen und Früchten.

Als weiteres Gestaltungselement dient ein Störer mit den wichtigsten Informationen.

Die Botschaft der Privatbrauerei „Ein Fest ist ein Fest.“ widerspiegelt sich im Bildmotiv der Zielgruppe: partyfreudige und jugendliche



bei Livemusik. Dieses Motiv ist in den Anschnitt gesetzt, um eine noch größere Bildspannung zu bewirken. Durch die Umwandlung des Bildes in schwarzweiß erhöht sich die Stimmung, die sich verstärkt durch die unterschiedlichen Einfärbungen der Biermix-Getränkeflaschen.

Die Abbildungen der Früchte und des Hopfens als Biersymbol sind ebenfalls in den Anschnitt gesetzt. So wird eine klare Botschaft assoziiert: Appetit auf ein Zissel-Bier mit Fruchtsaftbeimischung. Verstärkt wird dieses Signal durch die natürlichen Farben der Früchte: Frische. Präsentiert wird die Frische durch die weiße Box hinter den Bildern.

Der junge Bierkonsument der beworbenen Zielgruppe bekommt durch das Plus-Zeichen die Anregung auf einen Biermix, aber nicht auf ein reines Fruchtsaftgetränk. Die passenden Wortmarken auf den Abbildungen der Früchte verstärken diesen Hinweis.

Die farbliche Gesamtwirkung des Plakates einschließlich der Schriften widerspiegelt einen wesentlichen regionalen Aspekt der Region Kulmbach. Die weißblauen Rauten stehen nicht nur für die Landesfarben



Bayerns und für die eine Wappenfarbe Kulmbachs. Das Schwarzweiß symbolisiert die Farben der Hohenzollern im Wappen und damit die gemeinsame erfolgreiche Geschichte mit Preußen.

Somit drückt das Plakat Tradition und Moderne aus. Die Headline „Ein Fest ist ein Fest“ verbindet dabei die Historie des Bierbrauens mit dem Anspruch, in diesem Jahr eine neue Generation alkoholhaltiger Getränke anzukündigen und damit moderne junge Konsumenten zu begeistern.

Als Schwerpunkt für das Plakat gilt es einen guten „Mix“ aus der Ankündigung des Festes und den neuen Biermixgetränken zu finden. An erster Stelle stehen die neuen Sorten und dann das Fest. Denn ohne die neuen Sorten würde es kein Fest geben. Deswegen wird der Satz „Entdecke den neuen Mix.“ als Headline zentriert gesetzt.

Typografie

Die Beschränkung auf zwei Schriftschnitte unterstützt nicht nur die klaren Linien des Plakates, sondern den Wandel des Unternehmens in Richtung neuer und alternativer Trinkgewohnheiten und



Wappen
Kulmbach

Wappen
Bayern

Verhaltensregeln junger Menschen. Die wichtigsten Aussagen wie FEST, ZISSEL, MIX und Veranstaltungsdaten im Störer wurden größer gehalten, um die Kernbotschaft des Plakates zu untermauern: „Ein Fest ohne ein neues Zissel-Mix ist **kein** Fest.“

Der Versalsatz steht nicht nur für ein harmonisches Gesamtkonzept des Plakates, sondern verbessert in Verbindung mit dem Negativsatz und der Erhöhung der Laufweite die Lesbarkeit. Beide entsprechen dem Zeitgeist der Zielgruppe.

Im Text wechseln sich die beiden Schriftschnitte Swis721 Lt BT Light und Swis721 BT Bold ab, letztere dienen den Kernaussagen. Die Swis721 gehört zur serifenlosen Linear-Antiqua, verfügt über eine klare Wirkung und eignet sich deshalb wegen ihrer optisch gleichen Strichstärken besonders gut für die Plakatgestaltung.

Farbwahl

Für das Plakat kommt nur eine Auswahl frischer und kräftiger Farben in Frage, um auf die Charaktere der einzelnen Biermix-Sorten unverwechselbar hinzuweisen, um die vorwiegend junge Zielgruppe

Swis721 BT 8 pt

Swis721 BT 12 pt

Swis721 BT 14 pt

Swis721 Lt BT 8 pt

Swis721 Lt BT 12 pt

Swis721 Lt BT 14 pt





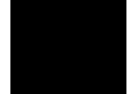


neugierig zu machen sowie um ein regionales Image anzusprechen. Somit entfallen Sonderfarben.

Jeder Zissel-Biermix verfügt je Geschmacksrichtung über einen eigenen Farbton, der im Partybild auf den Getränkeflaschen als Volltonfläche erscheint. Der Farbton findet sich in den Wortmarken „Lemon“, „Grapefruit“ und „Kaktusfeige“ wieder. So wird die Zielgruppe neugierig auf das Produkt gemacht und kann es nur erahnen, dass es um ein Biermixgetränk geht.

Der verwendete schwarze Hintergrund hat nicht nur den o.g. historischen Akzent, sondern erzeugt mit der weißen Schrift einen Hell-Dunkel-Kontrast, der als Blickfang wirkt. Somit verstärkt sich die Wirkung des Bildes mit dem Motiv einer Zielgruppe und insgesamt unterstreicht es den seriösen, zeitgemäßen Auftritt der Privatbrauerei.

Für den Störer mit den Veranstaltungshinweisen kommen die abgestuften Farben der Wortmarke „ZISSEL Grapefruit“ und der blauen Wappenfarbe zur Verwendung.

	C 0 M 51 Y 97 K 0
	C 30 M 0 Y 90 K 0
	C 0 M 70 Y 69 K 0
	C 100 M 5 Y 0 K 10
	C 0 M 0 Y 0 K 100

Papierwahl und Weiterverarbeitung

Für das Plakat kommt ein 200 g/m² Bilderdruck, glänzend Maxigloss zur Anwendung. Damit ergeben sich sehr gute Voraussetzungen für eine fotorealistische Bildwiedergabe und somit die beste Wirkung für den Betrachter.

Das Plakat wird auf das Format A2 zugeschnitten und wetterbeständig aufbereitet.

Sonstiges

Im vorgegebenen Text sind folgende Fehler korrigiert; die geänderten Schreibweisen entsprechen der aktuellen deutschen Rechtschreibung:

endeckt = entdeckt
Brau-Party = Brauparty

Kommata und Trennstriche sind durch Trennpunkte ersetzt, um den Text gefügiger zu halten.

Das Firmenlogo der Zissel Privatbrauerei ist wegen seiner deutlichen Rolle als Wortbildmarke des Unternehmens und seiner Bewerbung unverzichtbar.

Arbeitsplanung

Arbeitsbeginn
05.05.2010

Fertigstellung
19.05.2010

Kunde
Privatbrauerei Zissel

Job
• Plakaterstellung
• Dokumentation

Bearbeiter
Irene Wilhelm

Projekt	Arbeitsschritte	ausgeführte Arbeiten	Software	Zeit
Plakat	Ideenfindung	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche im Internet • Konkurrenzanalyse • Scribble 	Mozilla Firefox	4,00
	Ideen grafisch umsetzen	<ul style="list-style-type: none"> • Entwürfe anfertigen • Grafiken entwerfen • grobe Bildbearbeitung 	InDesign CS3, Illustrator CS3 Photoshop CS3	5,00
	Layouten	Layoutumsetzung, Festlegung auf: <ul style="list-style-type: none"> • Schrift und -schnitt • Satzspiegel, Hilfslinien • Bildmotiv und Platzierung • Text setzen 	InDesign CS3 Photoshop CS3	6,00
ZWISCHENSTUNDEN:				15,00

Projekt	Arbeitsschritte	ausgeführte Arbeiten	Software	Zeit
Konzeption	Layouten	Dokument anpassen: <ul style="list-style-type: none"> • Absatzformate an das Design anpassen • Texte verfassen • Bilder u. Grafiken platzieren • Gestaltung an das Plakat anpassen 	InDesign CS3	12,00
Plakat u. Konzeption	Ausgabe	PDF erstellen für die Druckausgabe von Plakat und Konzeption	Adobe Acrobat	0,50
	Prüfen	Preflight und Qualitätskontrolle Druckdaten		0,25
	Schneiden, Binden	<ul style="list-style-type: none"> • Plakat und Konzeption auf Endformat beschneiden • Konzeption Binden 		1,00
GESAMSTAUFWAND PLAKAT UND KONZEPTION:				24,25

Angabe in Stunden: 0,25 entspricht 15 min.

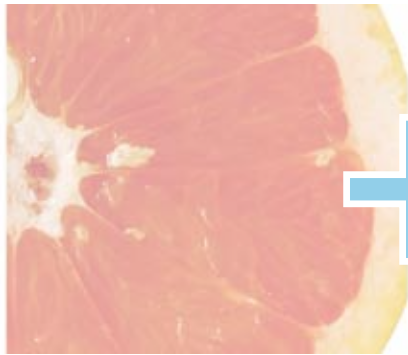
Verwendete Hardware/Software: Mac OS X 10.4.11, Windows XP



ZISSSEL
Kaktusfrucht



ZISSSEL
Limon



ZISSSEL
Grapefruit

