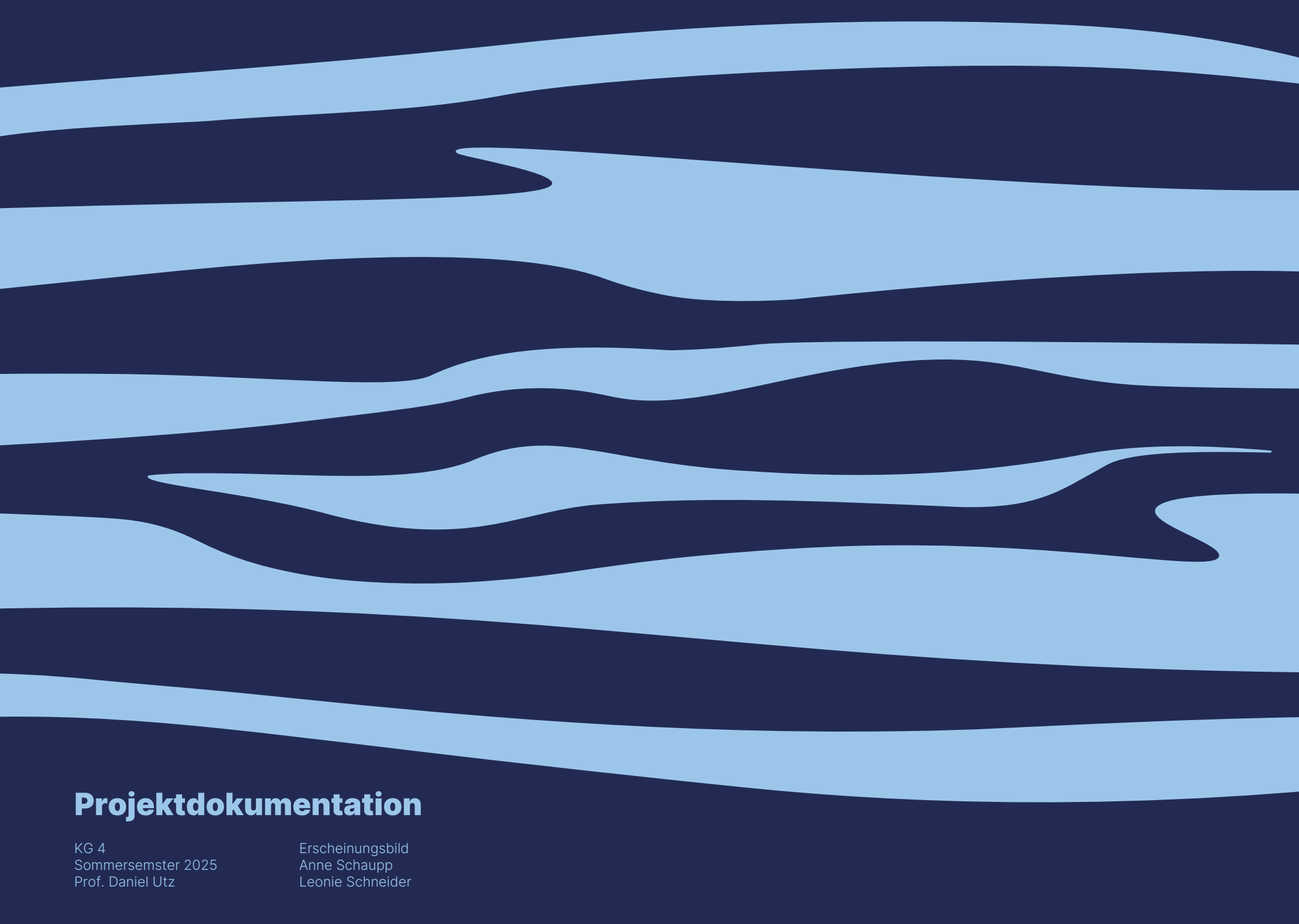




Projektdokumentation

KG 4
Sommersemester 2025
Prof. Daniel Utz

Erscheinungsbild
Anne Schaupp
Leonie Schneider

Einführung

Kursbeschreibung 04

Vorübungen

yellow pages 06

Recherche

Themenauswahl 11
Briefing 12

Analyse

Steckbrief 14
Bisheriges Erscheinungsbild 15
Moodboard 16

Entwicklung

Bildmarken analog 18
Bildmarken digital 19
Wortmarken 20
Wort-Bild-Marken 21
Logo-Entwicklung 22
Typografie 25
Namensgebung 26
Farben 27
Plakatentwürfe 28
Scribbles für die Website 29
Scribbles Plakate 30
Scribbles Animationsvideo 31

Konzept

Logo-Kombinationen 34
Farbkombinationen 35
Einsatz der Typografie 36
Plakatentwürfe 37
Website-Entwurf 38

Umsetzung

Key Visual 40
Website 41
Social Media 42
Plakatreihe 43
Anwendungsbeispiele 44
Fahrzeuge 45
T-shirts und Jutebeutel 46
Logo für die Aussenfassade 47
Gebäude und Fahne 48
Finales Gebäude 49
Printprodukte 50
Übersichtsplakate 52
Animationsvideo 53

Fazit

Abschluss 56

Inhalt

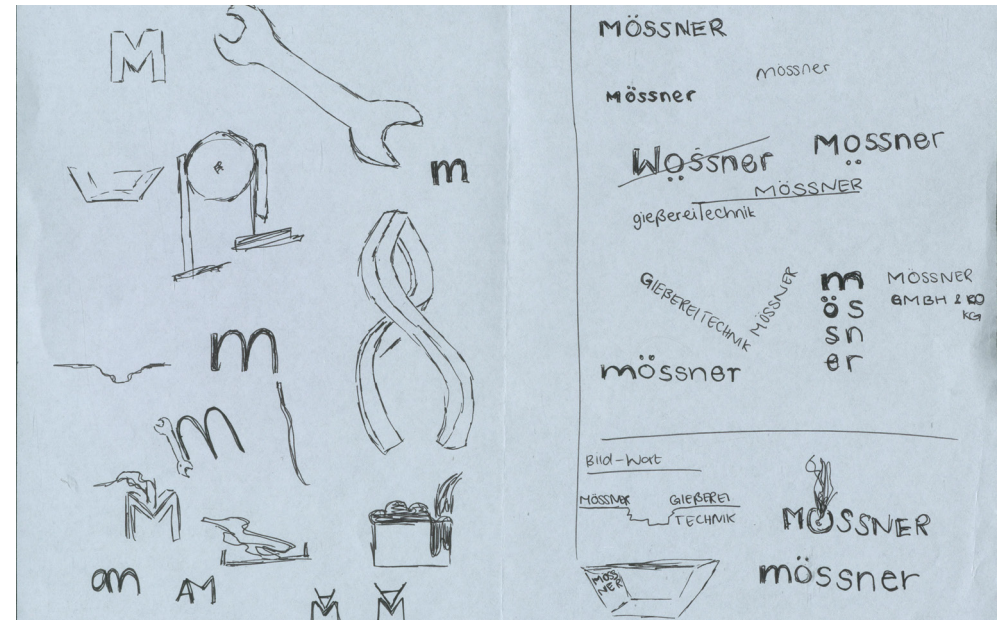
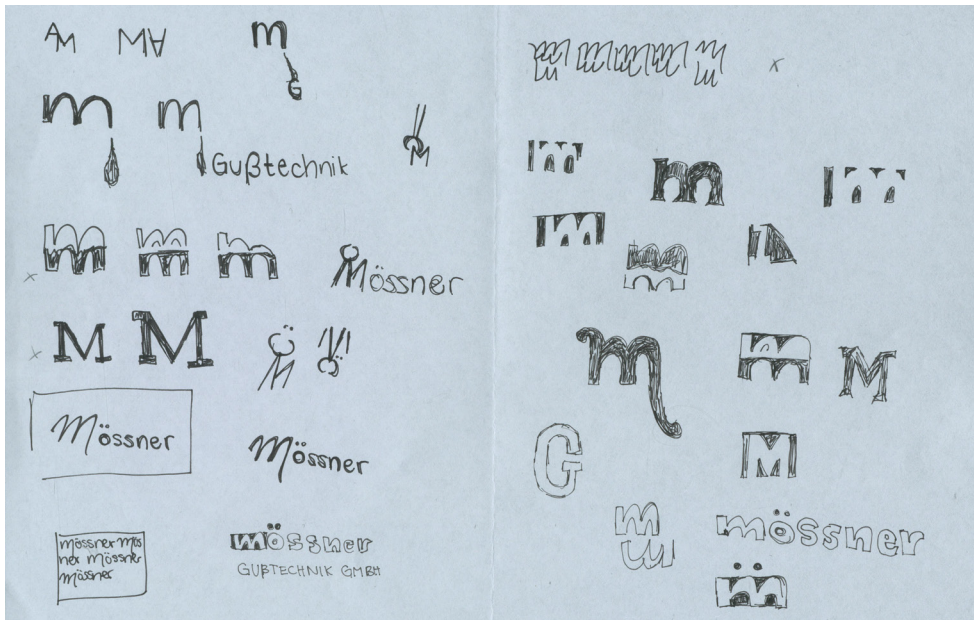
Einführung

Kursbeschreibung

Das Erscheinungsbild ist das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Es umfasst alle grafischen Elemente, die das Unternehmen in der Öffentlichkeit repräsentieren und von anderen unterscheiden sollen. Dazu gehören unter anderem Logo, Schriftarten, Farben, Bildsprache und Layouts. Ziel ist es, eine einheitliche und wiedererkennbare visuelle Identität zu schaffen, die sowohl intern als auch extern konsistent angewendet wird.

Im Kurs beschäftigten wir uns mit den verschiedenen Komponenten eines Erscheinungsbildes, wie Logo, Farben und Typografie. Wir arbeiteten uns von kleinen Vorübungen zu einem komplett neuen Erscheinungsbild einer von uns gewählten Non-Profit-Organisation.

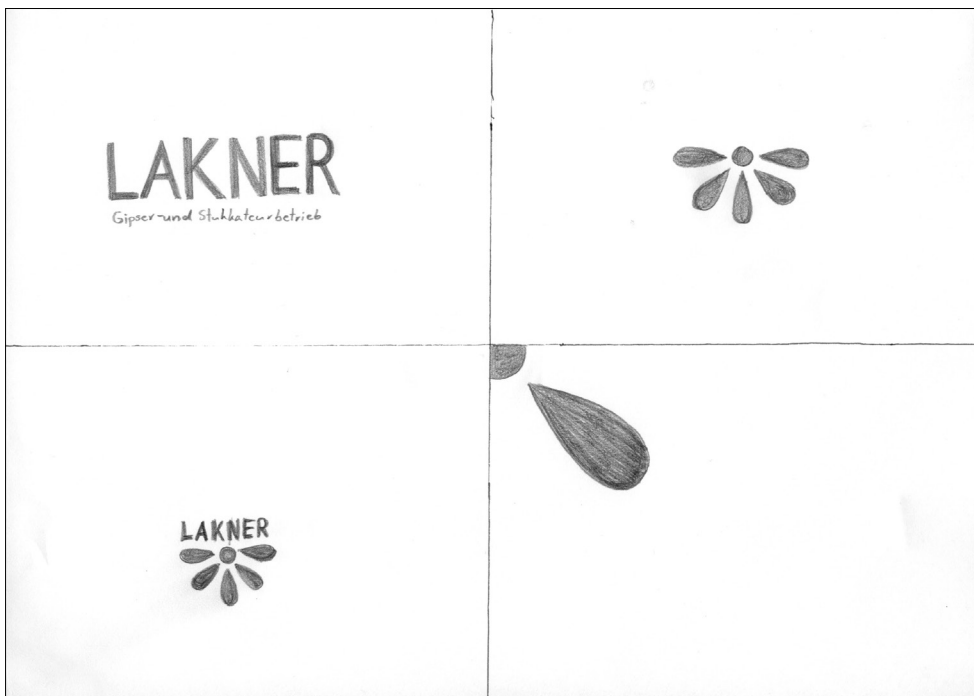
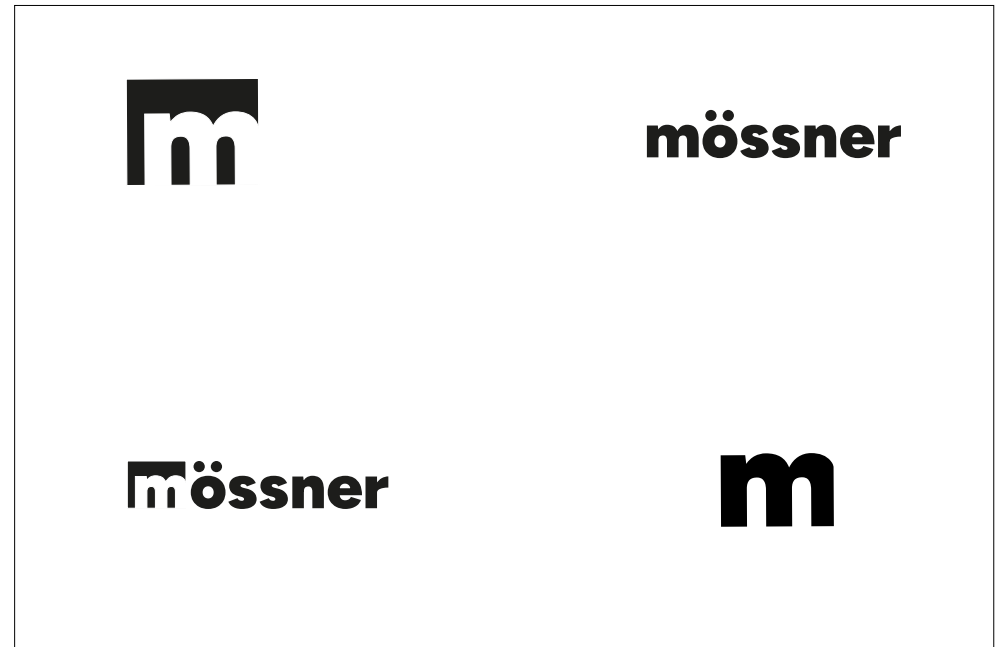
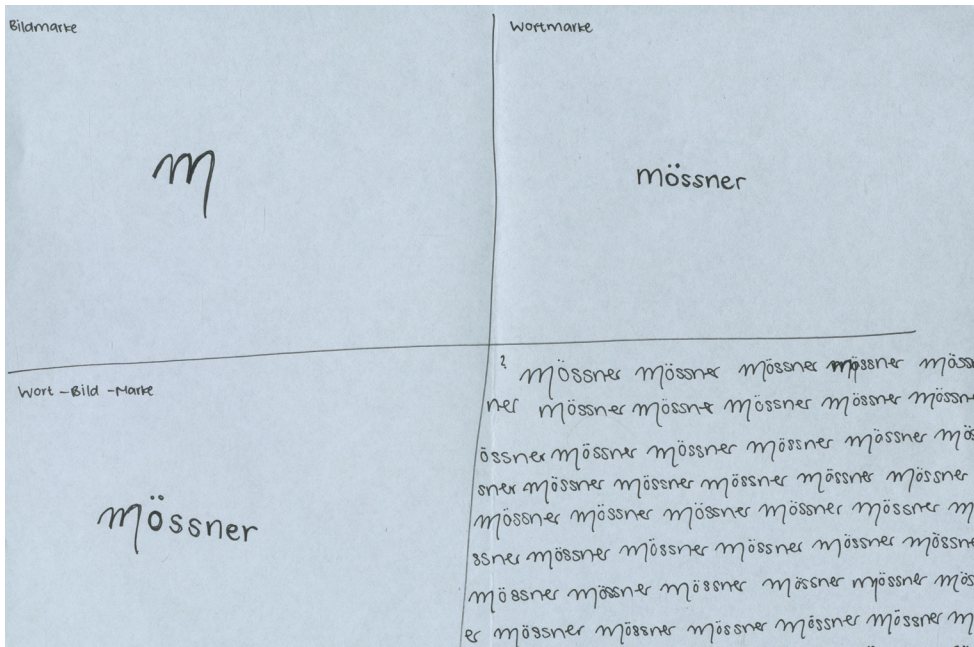
Vorübungen



yellow pages

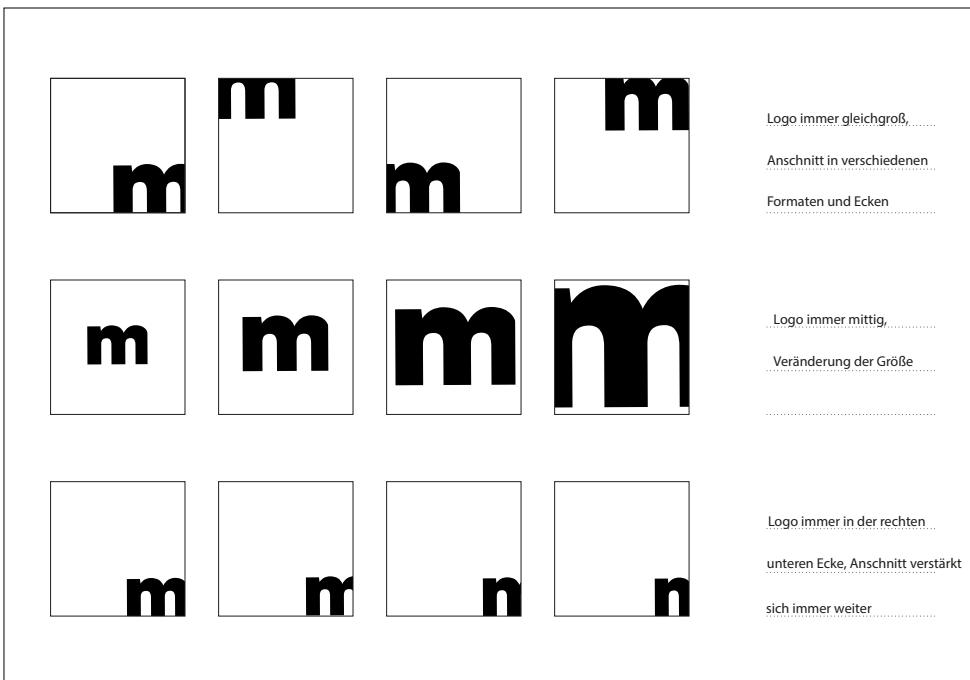
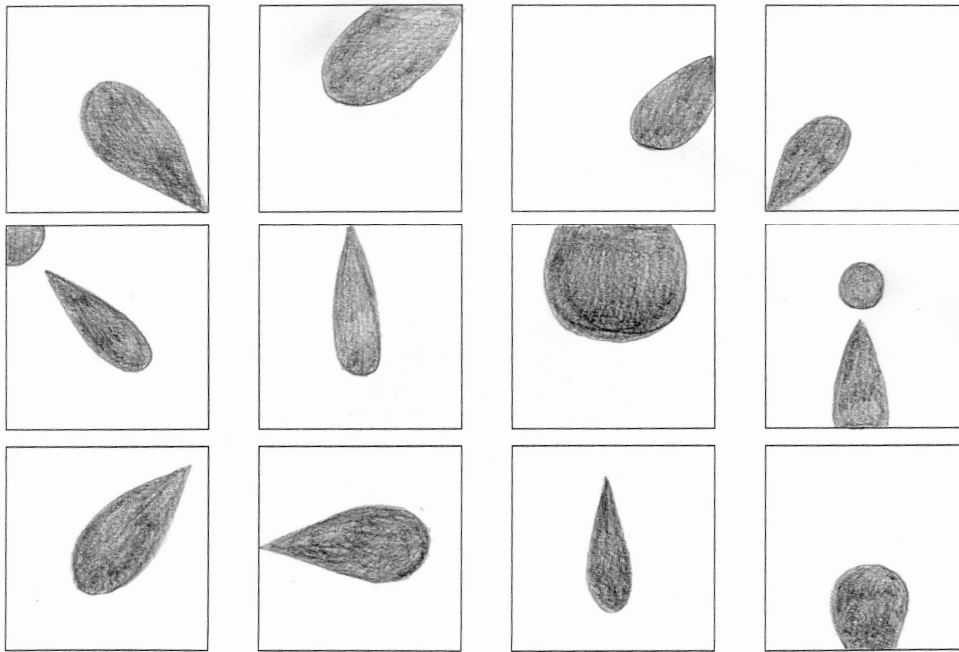
In der ersten Übung „yellow pages“ wurde jedem ein zufälliger Betrieb aus dem Telefonbuch zugewiesen. In unserem Fall war das einmal der Stuckateur Lakner und die Gießereitechnik Mössner.

Im ersten Schritt ging es um die Entwicklung eines Symbols/Icons, einer Wortmarke und eines flexiblen Designelements.

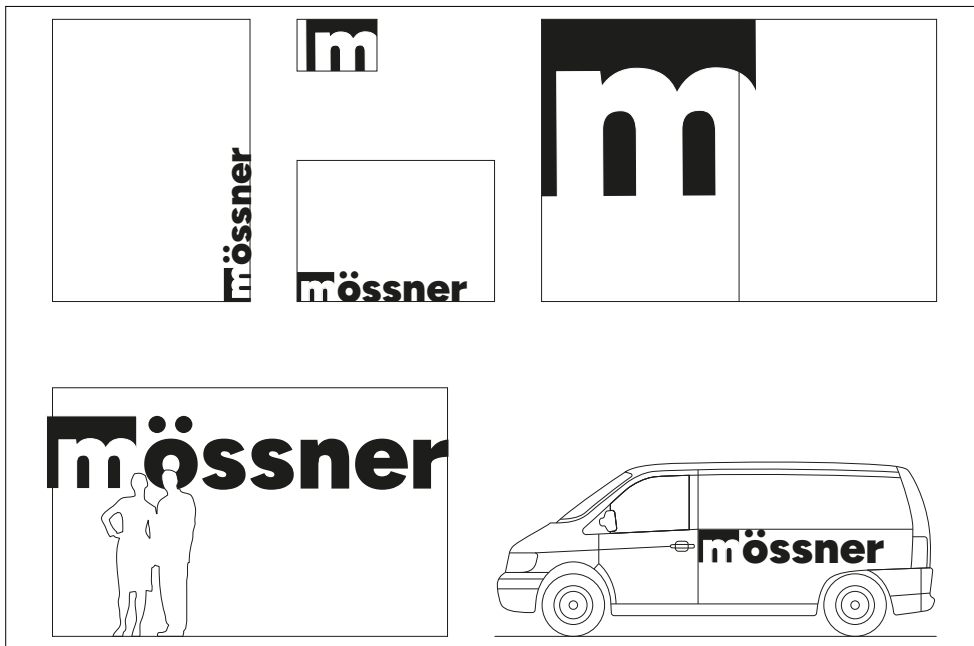
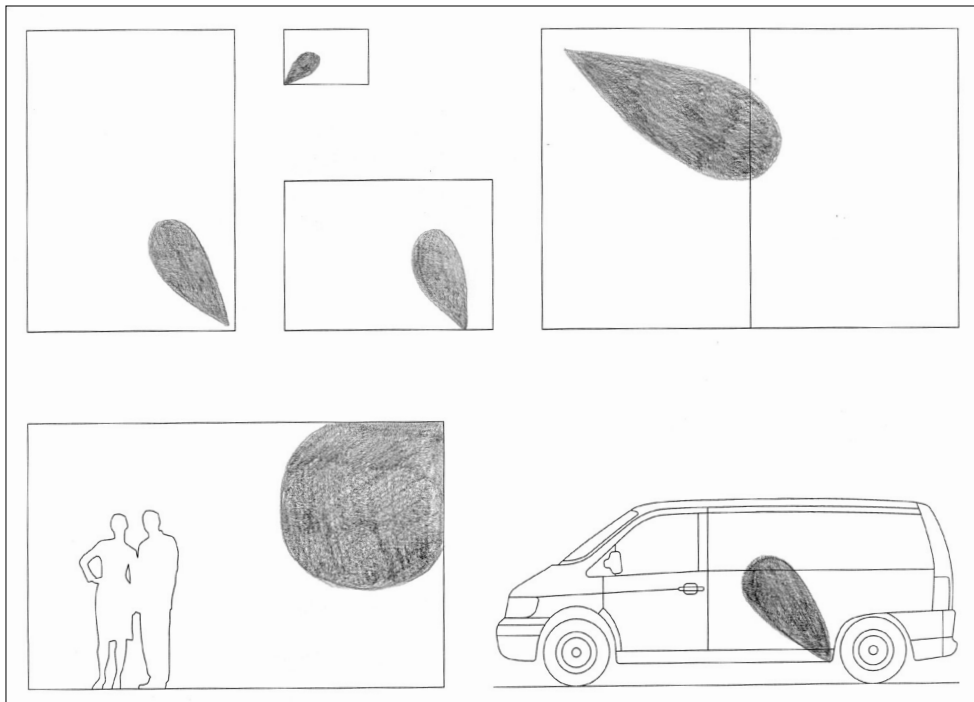


Aus den Scribbles entwickelten wir dann ein Übersichtsblatt. Leonie entschied sich für ein Symbol in Form einer Verzierung und kombinierte diese mit dem Betriebsnamen zur Wort-Bild-Marke. Als Designelement wählte sie ein Teil der Verzierung.

Für die Wortmarke nutzte Anne den Betriebsnamen in Minuskeln. Als Symbol entwickelte sie eine Abwandlung der kleinen „m“, dieses kann man in der Wort-Bild-Marke direkt an Stelle des normalen „m“ einfügen. Als Designelement wählte sie ein Muster aus der Wort-Bild-Marke. Anne änderte schlussendlich noch einmal das Konzept. Sie wählte ein angeschnittenes „m“ in einem schwarzen Rechteck als Bildmarke. Die Bildmarke ersetzt in der Wort-Bild-Marke wie beim ersten Konzept das normale „m“. Als Designelement funktioniert das angeschnittene „m“ ohne das Rechteck.



In dieser Teilaufgabe beschäftigten wir uns mit der Transformationsfähigkeit unserer Symbole und wie gut sie in verschiedenen Anwendungen funktionieren. Dafür legten wir Regeln fest, die die Elemente in einer vertikalen Reihen immer befolgten und sich so weiterveränderten.



Nun ordneten wir unsere Logos auf verschiedenen Anwendungsbeispiele an. Leonie verwendete dabei immer das Symbol in verschiedenen Anschnitten, während Anne die Wort-Bild-Marke nutzte.

Recherche

Organisation	Zuordnung
MENTOR - Die Leselernhelfer Bundesverband e.V.	Kinderhilfe
4 Pfoten	Tierschutz
Seehundstation Norddeich	Tierschutz und Rettung
Sternstunden	Hilfe für kranke, behinderte oder in notgeratene Kinder
Deutsche Krebshilfe	Kampf gegen Krebs
Ärzte ohne Grenzen	Medizin Nothilfe weltweit
Brot für die Welt	Bildungs-, Projekt- und politische Arbeit
Herzenswünsche	Erfüllen Wünsche von schwererkrankten Kindern
animals angles	Tierschutz
the nature conservancy	Naturschutz
aurelia	Bienenschutz
Aktion Kinderträume	Erfüllen Wünsche von Kindern und Jugendlichen

Pan y Arte	Förderung von Kulturprojekten in Nicaragua
world future council	Naturschutz
violence prevention	Versucht Menschen zu entradikalisieren
UN Women Deutschland	Feminismus
Wide netzwerk	Setzen sich für Geschlechtergerechtigkeit und nachhaltige Entwicklung ein
naturgarten	Schutz von Gärten und Grünflächen

Engere Auswahl

- Seehundstation Norddeich
- Aurelia
- Wide netzwerk
- UN Women Deutschland

Themenauswahl

Um uns auf ein Projekt, eine Initiative oder ein Event festzulegen, haben wir uns verschiedene Einrichtungen innerhalb und außerhalb Deutschlands angesehen. Dabei war es uns besonders wichtig, eine Institution auszuwählen, die wir als bedeutend empfinden und die sich für soziale, tierbezogene oder ökologische Belange engagiert. Einige der ausgewählten Optionen standen auch in einem persönlichen Bezug zu uns, weshalb wir diesen Themen mehr Aufmerksamkeit widmen wollten.

Nachdem wir mehrere Kandidaten gesammelt hatten, haben wir eine engere Auswahl getroffen – jeder von uns durfte drei Favoriten bestimmen. Dabei stellten wir fest, dass wir beide die Seehundstation Norddeich unter unseren Top 3 hatten.

Da wir bereits in Norddeich waren und die Seehundstation persönlich besucht haben, stand für uns schnell fest, dass wir dieser Einrichtung ein neues visuelles Erscheinungsbild geben möchten.

Seehundrettungsstation Norddeich

Worum geht es?

Rettung und Aufzucht von verletzten Seehunden, Zurückeingliederung in den natürlichen Lebensraum

Was macht dieses Thema für euch als Aufgabe besonders interessant?

Tierschutz, emotionale Ebene

Kernbotschaft Eurer Organisation?

“hier werden Seehunde groß und stark”

Zielgruppen: An wen richtet sich die Kommunikation?

Kinder und Erwachsene

Welche Medien / Kanäle sind am wichtigsten?

1. Webseite
2. Printmedien (Flyer usw.)
3. Social Media (noch nicht vorhanden)

In welchen Bereichen besteht der größte Handlungsbedarf? Was sollte dringend verbessert werden?

konsistente Gestaltung von Webseite und Printmedien, insgesamt modernere und ansprechendere Gestaltung, Webseite ist unpersönlich und veraltet, Emotionalität der Besucher muss stärker angesprochen werden, kaum Reichweite vorhanden

Wo bieten sich spannende Gestaltungsmöglichkeiten?

Social Media, Logo, Merch

Analyse



Steckbrief

Seehundstation Nationalpark-Haus Norddeich

1971 gegründet, umfassende Sanierung/
Umbau 2007

Aufzucht, Pflege und Auswilderung von
verwaisten Seehunden, Forschung, Um-
weltbildung

etwa 250 000 Besucher pro Jahr, rund 33
Festangestellte, bis zu 70 Ehrenamtliche

Schau- und Aufzuchtbecken mit Land-
und Unterwasser-Fenstern für Besucher

einzigste staatlich anerkannte Meeressäu-
ger-Betreuungsstation in Niedersachsen

Tel.: +49 (0) 4931 973330 Öffnungszeiten Eintrittspreise Kontakt

Die Seehundstation und das Waloseum sind auch an den Feiertagen im Mai und Juni täglich für Sie geöffnet.



» Buchen Sie Ihren Besuch online:

SEEHUNDSTATION
Nationalpark-Haus

WALOSEUM
Quarantänestation

VERANSTALTUNGEN
Besuch planen

VEREIN zur Erhaltung & Erhaltung des Seehundes in V

HELFE – aber richtig

Tierfund - was nun?

Das ist zu beachten, bevor Sie anrufen

Spenden

Retten Sie Leben.

Buchen Sie Ihren Besuch online!

Kontakt / Anfahrt Öffnungszeiten Schnell-Finder Sitemap

Patenschaft

Ja! Ich möchte eine Patenschaft für einen Seehund (Heuler) übernehmen und überweise einen Betrag von mindestens 750,- EUR oder — EUR.

Vorname, Name: geburtsdatum:

Strasse, Nr.: ☐ inland Tier ☐ Meeres Tier

PLZ, Ort: Datum: Unterschrift:

E-Mail:

Telefon: ☐ Ja, ich möchte die Heuler Post per E-Mail erhalten. ☐ Ja, ich möchte eine Spendenbescheinigung erhalten.

Spendenkonto: DE 62 2836 1592 0007 7771 11 Raiffeisen-Volksbank Fresna

Unsere Veranstaltungen April '25 1/2

Datum	Veranstaltung	Ort
Do, 03.04. 09:45	Schnupperwatt Kleine Entdeckertour ins Watt für kleine Naturforscher, ca. 45 min. für Kinder 0-6 Jahre mit ihren Eltern 6,00€	Strand, Metallbrücke auf dem Deich
Fr, 04.04. 10:00	Wattwandern für alle Entdeckertour zum Strand und ins Watt für kleine und größere Naturforscher, ca. 80 min. für Kinder mit ihren Eltern, Alter offen 8,00€	Strand, Metallbrücke auf dem Deich
Di, 08.04. 09:15	Watt'n Escape für Familien, Escape-Room-Spaß Tilda Tide verirrt sich im Watt. Wer schafft es, ihr zu helfen? ca. 75 min. für Familien 3-5 Personen 8-99 Jahre 12,00€/P. bzw. 25,00€/Fam.	Seehundstation Nationalpark-Haus
Di, 08.04. 14:30	Wattwandern für alle Entdeckertour zum Strand und ins Watt für kleine und größere Naturforscher, ca. 80 min. für Kinder mit ihren Eltern, Alter offen 8,00€	Strand, Metallbrücke auf dem Deich
Mi, 09.04. 15:30	Schnupperwatt Kleine Entdeckertour ins Watt für kleine Naturforscher, ca. 45 min. für Kinder 0-6 Jahre mit ihren Eltern 6,00€	Strand, Metallbrücke auf dem Deich
Do, 10.04. 15:00	Ökologische Wattwanderung Das Wattenmeer erleben mit unseren Wattführern und Biologen, ca. 2 Std. für alle von 12 - 99 Jahre 10,00€	Öthufen, Störtebeker Yachtzentrum
Mo, 14.04. 11:30	Neues von der Wappolizei – Musikalisches Kindertheater Geschichten und Lieder rund ums Watt zum Mitsingen ca. 60 min. für Groß und Klein, nur Tageskasse 5,00€	Seehundstation Nationalpark-Haus
Di, 15.04. 15:30	Bernsteinschleifen, maritimer Schmuck selbst gemacht Wir schleifen einen eigenen Bernsteineinhang für die Kette, ca. 90 min. für alle 8-99 Jahre 10,00€/P. Material (6,00 - 8,00€)	Seehundstation Nationalpark-Haus
Mi, 16.04. 09:15	Watt'n Escape für Familien, Escape-Room-Spaß Tilda Tide verirrt sich im Watt. Wer schafft es, ihr zu helfen? ca. 75 min. für Familien 3-5 Personen 8-99 Jahre 12,00€/P. bzw. 25,00€/Fam.	Seehundstation Nationalpark-Haus
Mi, 16.04. 14:00	Vogelbeobachtungen an der Vogelhütte Norddeischer Öthufen Vogelbeobachten an einem besonders guten Standort, ca. 90 min. für Erwachsene und interessierte Jugendliche, Spende, ohne Kartenkauf	Öthufen, Rundweg hinter Störtebeker Yachtzentrum

Karten Online oder an der Kasse der Seehundstation
(Kartenkauf bis am Vortag der Veranstaltung möglich; begrenzte Platzzahl)

Seehundstation Nationalpark-Haus
Norden-Norddeich
Tel. 04931-97 333 0

Dörper Weg 24, im Wattenpark
www.seehundstation-norddeich.de

Nationalpark Wattenmeer

Treffpunkt Wattenmeer

SEEHUNDSTATION Nationalpark-Haus




Es ist nicht außergewöhnlich, wenn Sie am Strand auf einen Seehund treffen - Sie befinden sich in seinem Schlafzimmer...

Seehund, was nun?

Nicht jedes Tier ist auf Hilfe angewiesen!
Seehunde werden im Juni geboren. Normalerweise benötigen Jungtiere nur zu dieser Zeit und nur dann unsere Hilfe, wenn sie dauerhaft von der Mutter getrennt wurden. Deswegen muss jeder Fund individuell geprüft werden!

Juni bis August
Verhalten beim Fund eines verwaisten Jungtieres = Heulers

- Abstand halten (300 m).
- Nicht anfassen.
- Fundort verlassen, damit die Mutter ggf. Kontakt zum Jungtier aufnehmen kann.
- Das Tier muss nicht bewacht werden!
- Im Notfall melden Sie den Fund der Seehundstation unter **04931-97 333 0**.
- Wir prüfen, ob es sich um einen Heuler handelt.

September bis Mai
Verhalten beim Fund eines Seehund-Jungtieres

- Abstand halten (300 m).
- Nicht anfassen.
- Fundort verlassen.
- Es handelt sich um selbstständige Tiere, die keine Mutter mehr brauchen, sondern nur Ruhe benötigen.
- Zu 99 % sind die Tiere unter Kontrolle (die nicht dauerhafte Bewachung vor Ort bedeutet).
- Melden Sie das Tier nur, wenn es offensichtliche Verletzungen hat, unter 04931-97 333 0.



STOP
Wir brauchen Ruhe!

Seehundstation Nationalpark-Haus · Dörper Weg 24 · 26506 Norden Norddeich · Tel. 04931-97 333 0 · E-Mail: info@seehundstation-norddeich.de
Spendenkonto: IBAN DE 62 2836 1592 0007 7771 11 · BIC: GENODEF33HAN

Bisherige Erscheinungsbild

Die Seehundrettingsstation hat bisher kein wirklich einheitliches Erscheinungsbild, sondern viele verschiedene Elemente. Es gibt keine einheitliche Typografie, die Farben unterscheiden sich überall und die Plakate und Flyer sind oft mit Bildern oder Texturen hinterlegt, die den Text schlecht lesbar machen.

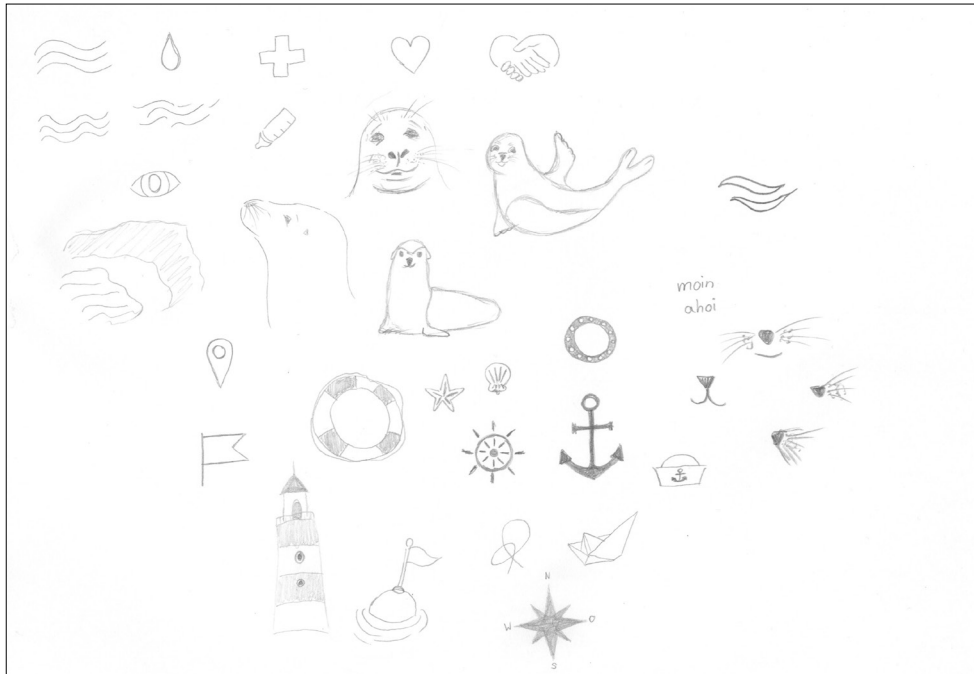


Moodboard

Für unser Moodboard sammelten wir vor Allem Bilder von Seehunden und der Seehundrettingsstation selbst. Uns war wichtig, immer im Kopf zu behalten, dass wir nicht nur ein schönes Erscheinungsbild gestalten wollen, sondern auch den Zweck der Hilfe für Seehunde nicht vergessen dürfen.

Entwicklung

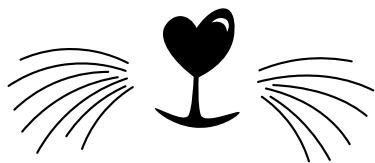
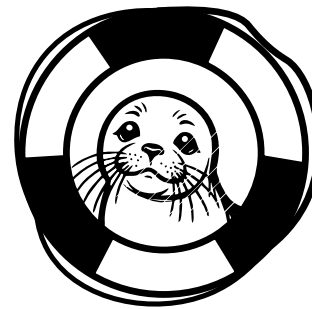
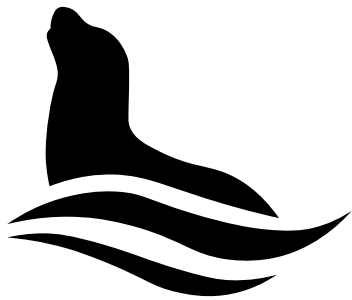
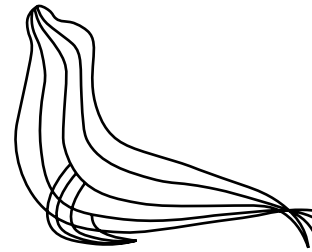
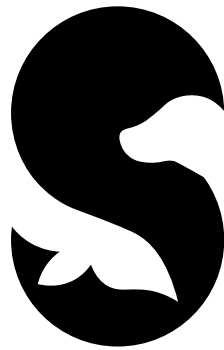
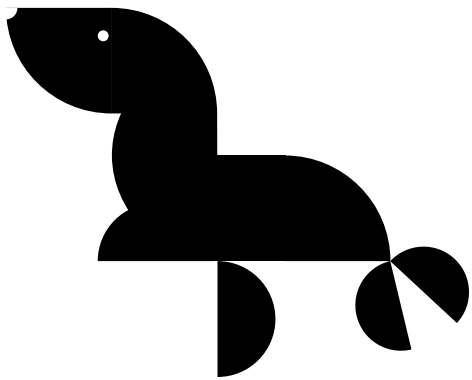
Seehund	Nationalpark
Heuler	Schutz
Tiere	Tierschutz
Schnauze	
Flossen	Menschen
Meeressäuger	Besucher
Klein	besuchen
Grau	spenden
	Gruppen
Wasser	
Nordsee	Entdecken
Wattenmeer	Wissen
Meer	Erleben
Strand	Abenteuer
Natur	
	Blau
Hilfe/ helfen	Norden
Rettung	Station
Aufzucht	
krank/ verletzt	
Unterstützung	



Bildmarken analog

Um mit den ersten Logoscribbles starten zu können, sammelten wir zuerst Wörter, die wir mit Seehunden, Meer, Helfen usw. in Verbindung brachten.

Mithilfe dieser Wörter scribbelten wir dann die ersten Logoentwürfe.



Bildmarken digital

Einige der Scribbles setzten wir nun digital um. Vorerst probierten wir uns hauptsächlich an Seehunden und ihren charakteristischen Merkmalen aus.

seehundrettung
norddeich

seehund**rettung**
norddeich

SEEHUNDRETTUNG
norddeich

norddeich
seehundrettung

Robbenrettung Norddeich

seehundrettung norddeich

seehundrettungsstation
norddeich

seehund**rettungsstation**
norddeich

**seehund
rettung**
norddeich

**see
hund
hilfe**
nord
deich

**seehund
rettungs
station**
norddeich

**seehund
hilfe**
norddeich

Seehundrettung
Norddeich

Seehundrettung
Norddeich

**Norddeicher
Seehundrettung**

seehundhilfe
norddeich

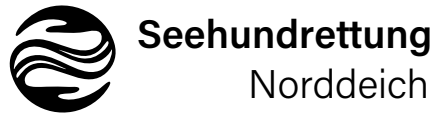
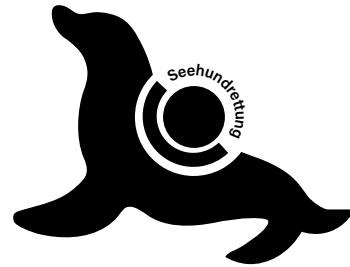
seehundrettung
norddeich

Wortmarken

Parallel arbeiteten wir an der Wortmarke. Da wir uns noch nicht sicher waren, welchen Namen wir schlussendlich verwenden würden, nutzen wir die Chance hier und probierten einige Namen aus.

Wir wussten allerdings, dass Norddeich auf jeden Fall in der Wortmarke bleiben soll. Außerdem wollten wir von Anfang an einen Kontrast zwischen Namen und Ort herstellen und arbeiteten deshalb direkt mit einer Kombination aus schwerer und leichter Strichstärke.

Wir probierten zusätzlich einige verschiedene Anordnungen aus.



HeulerHafen



HeulerHafen

HeulerHafen

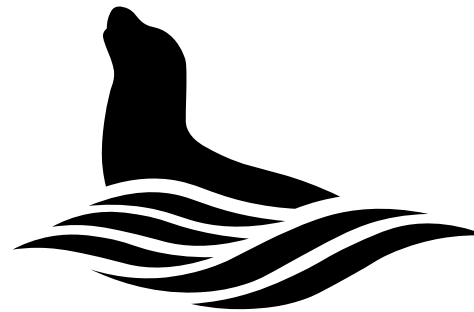
Seehund Stories



Seehund Stories

Wort-Bild-Marken

Auch bei den Wort-Bild-Marken probieren wir einige unterschiedliche Kombinationen, Anordnungen und Namen aus.

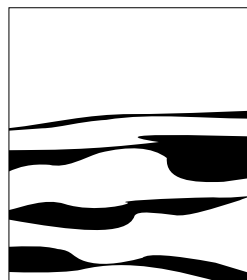


Logo-Entwicklung

Als wir genug geschribbelt hatten, nahmen wir drei unterschiedliche Logos in die engere Auswahl und stellten diese dann auch in der Zwischenpräsentation vor. Da in der Feedbackrunde aber alle Logos genau gleich viel Stimmen erhielten, entschieden wir uns dazu, von allen Varianten zu bilden und später zu schauen, welches sich am Besten eignet.



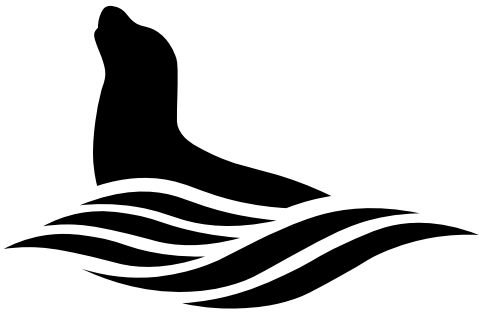
**Seehund
rettung
Norddeich**



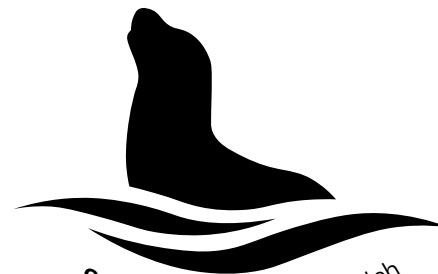
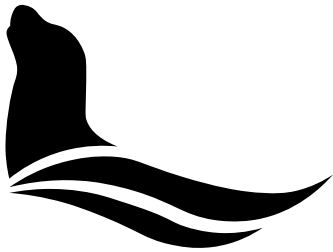
**Seehund
rettung
Norddeich**

Im Logo der Welle ging es nun vorallem darum, die Wellen weniger komplex darzustellen und allgemein zu reduzieren. Also entfernten wir eine Wellce und probierten neue Anordnungen aus.

Im rechten Logoentwurf spielten wir besonders mit der Invertierung der Farben und der Textanordnung. Mit dem Text direkt im Bild erinnerte uns das Logo jedoch zu stark an eine Briefmarke und würde aufgrund der feinen Prielelemente im kleinen Format nicht funktionieren. Um dem entgegenzuwirken setzten wir die Wortmarke rechts neben das Bild und invertierten auch hier die Farben.



Seehundrettung Norddeich



Seehundrettung Norddeich



Seehundrettung
Norddeich

Von diesem Logo bildeten wir mit Abstand die meisten Varianten. Da im ersten Entwurf die Wellen noch zu feinteilig waren, reduzierten wir diese auf nur zwei Wellen.

Dann überlegten wir, die Wellen als eine Art Verlängerung des Seehundkörpers nutzen zu können, entschieden uns schlussendlich aber dagegen, da es uns von der Formsprache nicht mehr gefiel.

Also ordneten wir die Wellen unter dem Seehund an und blieben bei dieser Variante. Nun erstellten wir diverse Varianten zum Thema Wort-Bild-Marke. Zu Beginn wollten wir den Text eigentlich unter dem Logo anordnen, da wir aber keine Variante besonders gern mochten, probierten wir eine linksbündige Anordnung rechts neben dem Logo aus. Diese Variante gefiel uns dann tatsächlich visuell am Besten und deshalb behielten wir dieses Konzept auch bei.

Acumin Pro Semibold
Acumin Pro Light



Helvetica Bold
Helvetica Light



Avenir Heavy
Avenir Light



Inter Black
Inter Light



Typografie

Typografisch wollten wir im Logo immer mit unterschiedlichen Strichstärken arbeiten. Da für uns der Begriff „Seehundrettung“ wichtiger war, als der Ort Norddeich, entschieden wir uns dazu, diesen in der stärkeren Strichstärke zu setzen. Wir probierten einige Varianten in verschiedenen Fonts aus, waren uns dann aber relativ schnell sicher, dass wir weder mit der Acumin, noch der Avenir glücklich werden würden.

Bis relativ zum Ende des Semesters lief die Entscheidung zwischen der Helvetica und der Inter, schlussendlich gefiel uns der Strichstärkenunterschied zwischen der Inter Black und der Inter Light aber besser.

Flossenfreunde
Robbenrettung Norddeich
Flossen & Freunde
Seehund Stories
Die Robbenbucht
Seehundhilfe
HeulerHafen
Küstenkinder

Seehundrettung Norddeich

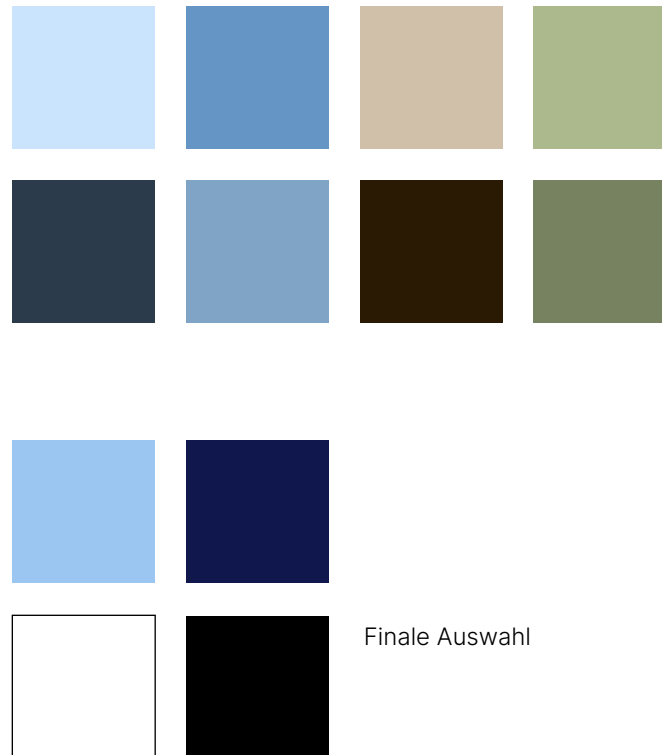
Namensgebung

Der ursprüngliche Namen der Seehundstation Nationalpark-Haus Norddeich war uns viel zu lang und umständlich. Da wir uns bei der Neubenennung aber sehr lange nicht sicher waren, sammelten wir zunächst alle Ideen und Vorschläge und wägten sie gegeneinander ab.

Die meisten erschienen uns jedoch dann zu verspielt und nicht seriös genug und so entschieden wir uns schlussendlich für eine Vereinfachung des ursprünglichen Namens, nämlich *Seehundrettung Norddeich*.



Vorauswahl



Finale Auswahl

Farben

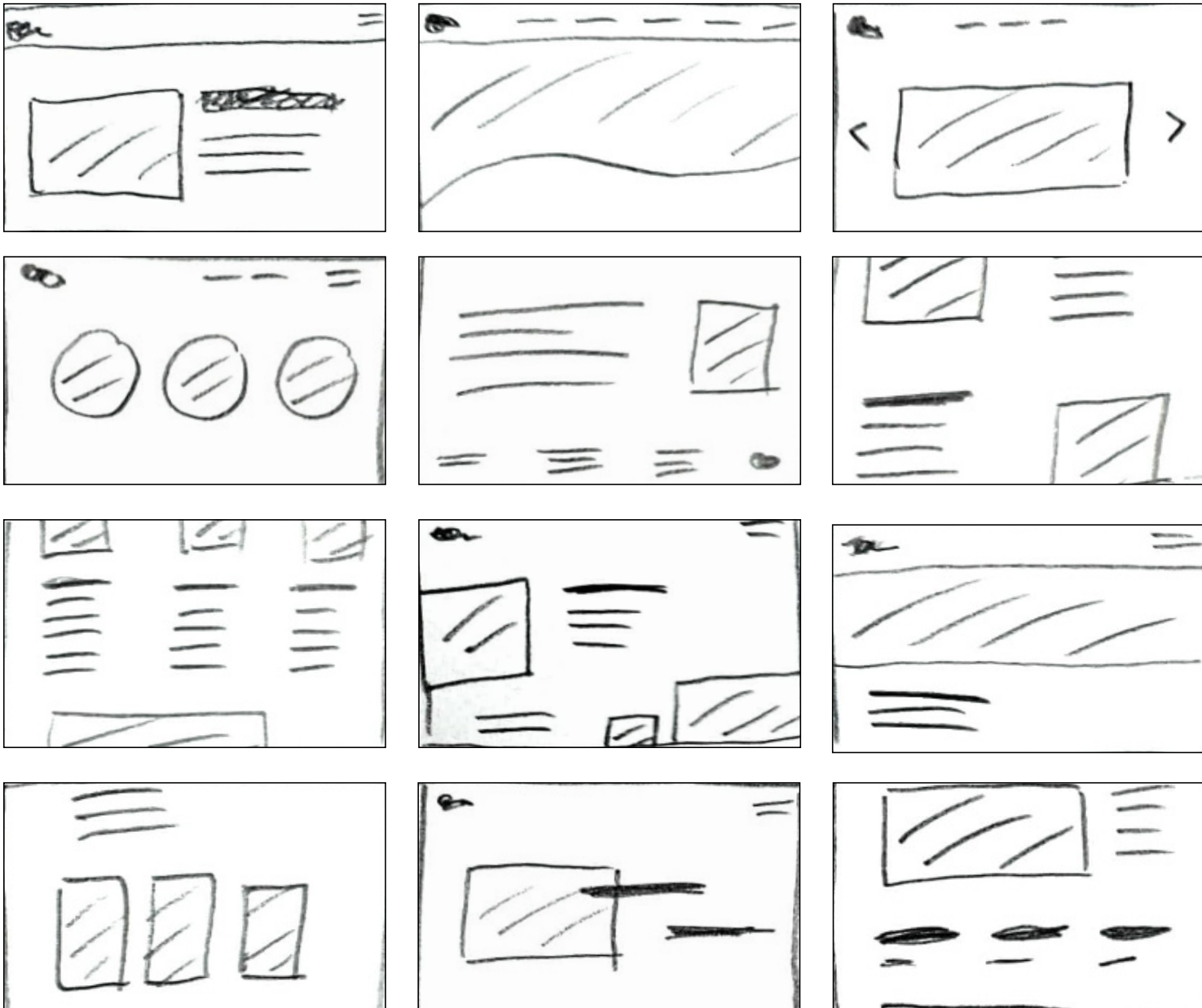
Farblich entschieden wir uns zunächst für eine Palette aus verschiedenen Blauntönen. Diese kombinierten wir mit einem hellen Sandton sowie unterschiedlichen Grüntönen, um eine erste Farbstudie zu entwickeln, die die Farbwelt der Nordsee widerspiegelt. Der Sandton und das Grün sollten dabei an die Küstenlandschaft mit ihren Dünen erinnern. Da Seehunde sowohl im Wasser als auch an Land leben, wollten wir in der Gestaltung sowohl die typischen Blautöne des Meeres als auch die Farben der Dünenlandschaft aufgreifen.

In der finalen Auswahl verzichteten wir jedoch auf Grün- und Sandtöne, da sie sich farblich nicht harmonisch in die Blaupalette einfügten.



Plakatentwürfe

Bei der Entwicklung unserer Plakatentwürfe haben wir unterschiedliche gestalterische Ansätze ausprobiert. Wir haben mit Bildgrößen, Textanordnungen und der Platzierung des Logos experimentiert. Auch die Frage, ob großflächige Motive oder eher reduzierte Elemente besser wirken, war Teil des Prozesses. Zudem haben wir verschiedene Kompositionen getestet, zentriert, asymmetrisch, laut oder zurückhaltend. Ziel war es, aufmerksamkeitsstarke Plakate zu gestalten, die sowohl visuell überzeugen als auch alle relevanten Informationen klar transportieren.



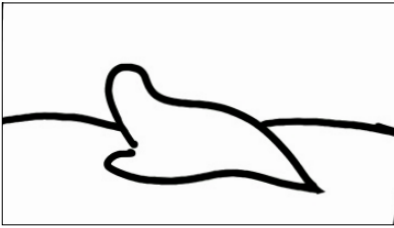
Scribbles für die Website

Bei unseren Scribbles für die Website haben wir verschiedene Layout-Ideen durchgespielt. Wir haben getestet, wo sich Bilder am besten integrieren lassen, wie groß die Typografie wirken soll und an welcher Stelle das Logo sinnvoll platziert werden kann. Auch die Bildformen wurden hinterfragt, rund oder eckig, großflächig oder zurückhaltend? Ziel war es, eine stimmige, visuell ansprechende und benutzerfreundliche Gestaltung zu entwickeln.

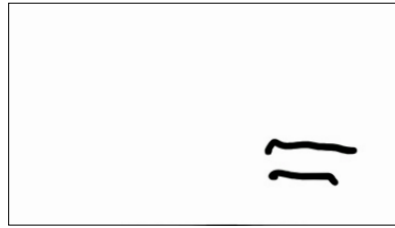


Übersichtsplakate

Für die Übersichtsplakate überlegten wir uns eine Reihe von vier Plakaten. Dabei stellten immer drei Plakate die Übersichtsplakate mit allen neuen Elementen des Erscheinungsbilds dar und das vierte ein ausgewähltes Plakat der neu gestalteten Plakatreihe.



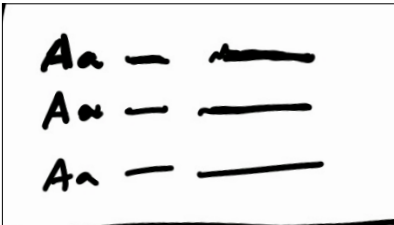
Es beginnt mit drei realen Videos, die See-
hunde / Robben und einen Strand zeigen



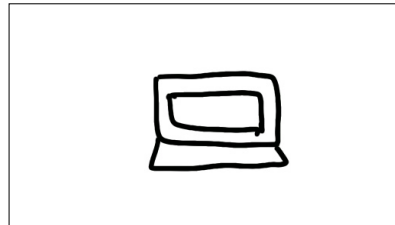
Die Wortmarke setzt sich zusammen



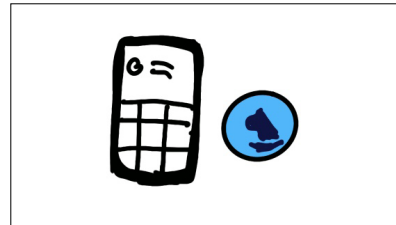
Farben blenden sich ein



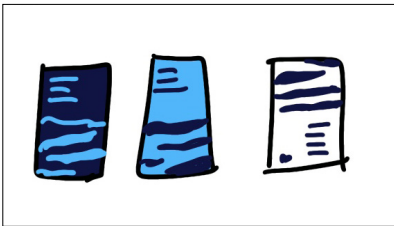
Die Schrift mit ihren Schriftschnitten wird
gezeigt



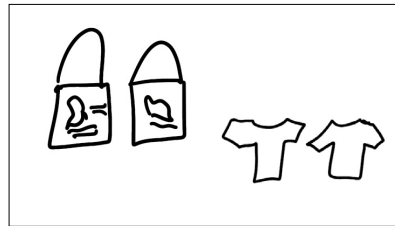
Die Website wird vorgestellt



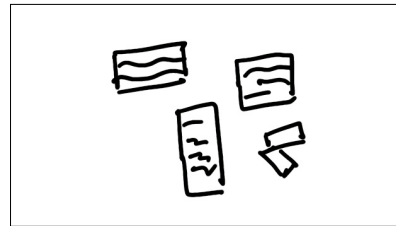
Ein Smartphone erscheint und zeigt das
Logo, welches für Social Media benutzt
wird



Die Plakatreihe ist zu sehen und tauscht
sich aus



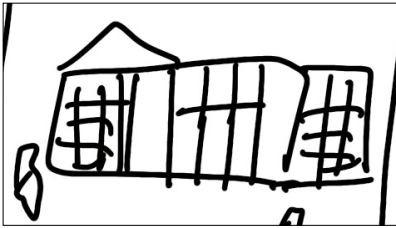
Man sieht die Jutebeutel und T-Shirts



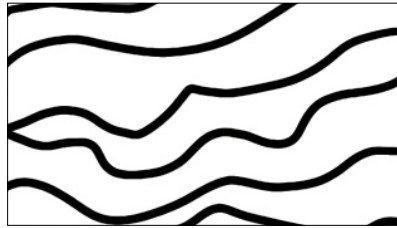
Anschließend erscheinen die unterschied-
lichen Printprodukte

Scribbles Animationsvideo

Da wir nicht nur unseren animierten
Priel zeigen, sondern auch unsere Farb-
welt, Typografie, Logos sowie diverse
Anwendungsbeispiele präsentieren
wollten, haben wir einen etwas längeren
Film konzipiert.



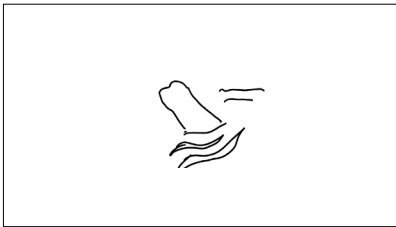
Es wird das Gebäude gezeigt



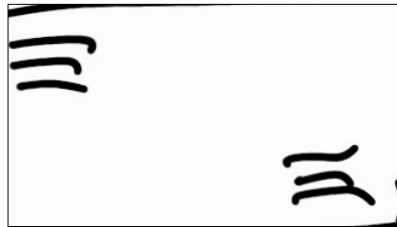
Das Key-Visual taucht auf und bewegt sich



Die Bildmarke zeigt sich in all unseren Farben



Aus der Bildmarke wird die Wort-Bildmarke und wächst



Zum Schluss tauchen Infos zum Kurs und unsere Namen auf

Konzept



Wort-Bildmarke



Bildmarke

Seehundrettung
Norddeich

Wortmarke

Logo-Kombinationen

Da unsere Gestaltung auf verschiedenen Medien zum Einsatz kommt, benötigen wir unterschiedliche Logo-Varianten, um flexibel reagieren zu können.

Wort-Bildmarke

Sie wird verwendet, wenn sofort erkennbar sein soll, worum es geht. Das Seehundsymbol erleichtert die Zuordnung, besonders für Kinder oder Menschen, die (noch) nicht lesen können. Die Typografie liefert ergänzende Informationen wie Name und Standort.

Einsatz: Plakate, Gebäudefassade, Briefpapier, Flyer...

Bildmarke

Ideal für kleinere Formate wie Social Media, wo eine Wort-Bildmarke zu detailliert wäre. Sie eignet sich auch dann, wenn der vollständige Name bereits in der Nähe steht, z. B. auf der Rückseite von Eintrittskarten. Einsatz: Social Media, Druckrückseiten, Merchandise, Icons

Wortmarke

Die reine typografische Variante, oft in Kombination mit der Bildmarke oder als Headline. Sie wird auch dort genutzt, wo eine klare und reduzierte Darstellung gefragt ist. Einsatz: Headlines, Visitenkarten, Eintrittskarten (Vorderseite), Dokumente



Farbkombinationen

Zu Beginn haben wir das Logo systematisch auf alle Farben angewendet, die wir im Rahmen unseres Gestaltungskonzepts ausgewählt hatten. Auf diese Weise konnten wir schnell erkennen, bei welchen Farbkombinationen der Kontrast ausreichend stark ist und das Logo klar und gut lesbar bleibt.

Diese visuelle Gegenüberstellung war hilfreich, um fundierte Entscheidungen zu treffen und unbrauchbare Varianten direkt auszuschließen. Im Anschluss haben wir eine Auswahl getroffen und uns auf vier harmonische und funktionale Farbkontraste festgelegt:

- Weiß auf Dunkelblau
- Hellblau auf Dunkelblau
- Dunkelblau auf Hellblau
- Dunkelblau auf Weiß

Diese Varianten bieten nicht nur eine gute Lesbarkeit, sondern lassen sich je nach Medium, Anwendung und Hintergrund flexibel einsetzen, ohne die Wiedererkennbarkeit des Logos zu verlieren.

Aa

Zwischen Ebbe, Flut und Freiheit.

Inter Black

Aa

Besuche die Seehundrettung Norddeich.

Inter SemiBold

Aa

Inter Light

Die Seehundstation Nationalpark-Haus ist eine anerkannte Betreuungsstation für Meeressäuger im Niedersächsischen Wattenmeer. Jährlich werden dort zwischen 80 und 150 verwaiste Seehunde sowie vereinzelt Kegelrobben aufgezogen und wieder in die Nordsee entlassen.

Einsatz der Typografie

Da unser Logo auch Typografie enthält, haben wir uns für die Schriftart „Inter“ entschieden. Zum Einsatz kommen dabei die Schriftschnitte „Black“, „SemiBold“ und „Light“, da sie einen starken Kontrast bieten und sich gut voneinander abheben. Dieses Prinzip setzen wir konsequent auch auf anderen Medien wie Plakaten und der Website um.

Headlines und wichtige Informationen werden in „Black“ prominent dargestellt, während Fließtexte in „Light“ gesetzt sind. Zwischenüberschriften, bzw. einfache Hervorhebungen werden mit der „Semi Bold“ dargestellt.

2024 wurden über 100 Seehunde von uns gerettet und gesund gepflegt.

Wir brauchen Dich!
Informier dich online, komm von hier und besuche unsere Website. Auch über Spenden freuen wir uns jederzeit!

Erlebe Seehunde hautnah, erfahre Spannendes über das Verhalten und begleite die Heuler auf ihrem Weg zurück in die Freiheit.

Seehundstation Norddeich
Dörper Weg 24
26384 Norddeich
Tel.: 04931 97 33 30
www.seehundstation-norddeich.de
Besuchung Norddeich



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Seehund gefunden! Und jetzt?

Nicht jedes Tier ist auf Hilfe angewiesen! Normalerweise benötigen Jungtiere nur dann unsere Hilfe, wenn sie dauerhaft von der Mutter getrennt wurden.

Das Tier wirkt verletzt oder verwirrt? Lieber Hilfe holen.

Die richtige Hilfe:

- Abstand halten (300 m)
- Nicht anfassen!
- Funktion verlassen

Das Tier muss nicht bewacht werden!
Tier melden: 04931-97 33 30

Wir brauchen Dich!
Informier dich online, komm von hier und besuche unsere Website. Auch über Spenden freuen wir uns jederzeit!

Seehundstation Norddeich
Dörper Weg 24
26384 Norddeich
Tel.: 04931 97 33 30
www.seehundstation-norddeich.de
Besuchung Norddeich



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

2024 wurden über 100 Seehunde gerettet und hier in Norddeich gesund gepflegt.

Erlebe Seehunde hautnah, erfahre Spannendes über das Verhalten und begleite die Heuler auf ihrem Weg zurück in die Freiheit.



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Seehund gefunden! Und jetzt?
Die richtige Hilfe:

Nicht jedes Tier ist auf Hilfe angewiesen! Normalerweise benötigen Jungtiere nur dann unsere Hilfe, wenn sie dauerhaft von der Mutter getrennt wurden.

Das Tier wirkt verletzt oder verwirrt? Lieber Hilfe holen.

- Abstand halten (300 m)
- Nicht anfassen!
- Funktion verlassen

Das Tier muss nicht bewacht werden!
Tier melden: 04931-97 33 30



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

2024 wurden über 100 Seehunde gerettet und hier in Norddeich gesund gepflegt.

Erlebe Seehunde hautnah, erfahre Spannendes über das Verhalten und begleite die Heuler auf ihrem Weg zurück in die Freiheit.



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Seehundpaten gesucht!

2024 wurden über 100 Seehunde gerettet und hier in Norddeich gesund gepflegt.

Mit einer Patenschaft unterstützt Du die Aufzucht und Versorgung verworfener Jungtiere und verleihest Lebensraum. Deine Patenschaft macht einen Unterschied für die Tiere und den Erfolg ihrer Lebenswelt.

Über Spendenmöglichkeiten kannst du Dich auf unserer Website informieren.



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Seehundpaten*innen gesucht!

2024 wurden über 100 Seehunde gerettet und hier in Norddeich gesund gepflegt.

Mit einer Patenschaft unterstützt Du die Aufzucht und Versorgung verworfener Jungtiere und verleihest Lebensraum. Deine Patenschaft macht einen Unterschied für die Tiere und den Erfolg ihrer Lebenswelt.

Über Spendenmöglichkeiten kannst du Dich auf unserer Website informieren.



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Verworfene Seehundbabys brauchen unsere Hilfe und deine Neugier!

Erlebe Seehunde ganz nah, erfahre Spannendes über das Verhalten und begleite die Heuler auf ihrem Weg zurück in die Freiheit.



Was wir bieten:

- Tägliche Führungen
- Unterwasserfotobuchung
- Ausstellung
- Mitmachaktionen

Seehundstation Norddeich
Dörper Weg 24
www.seehundstation-norddeich.de

Seehunde hautnah erleben!
Rettet. Plegt. Informiert.

- Verworfene Seehunde & Robben – hier bei der Pflege unterstützen
- Spannende Erlebnisse und Infos in Wohnverein
- Mitmach-Ausstellung für Groß & Klein
- Nachhaltiger Shop und gemütliches Café

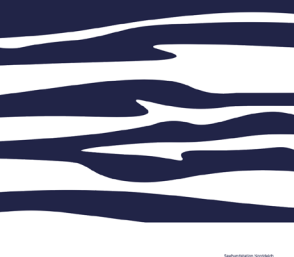
Komm vorbei und entdecke, wie Meereswelt wirklich aussieht!

Seehundstation Norddeich
Dörper Weg 24
www.seehundstation-norddeich.de



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Kleine Heuler. Große Hilfe.
Besuche die Seehundstation Norddeich



Kleine Heuler. Große Hilfe.
Seehundstation Norddeich

Kleine Heuler. Große Hilfe.
Besuche die Seehundstation Norddeich

Wir brauchen deine Hilfe und Neugier!

Erlebe Seehunde ganz nah, erfahre Spannendes über das Verhalten und begleite die Heuler auf ihrem Weg zurück in die Freiheit.

Was wir bieten:

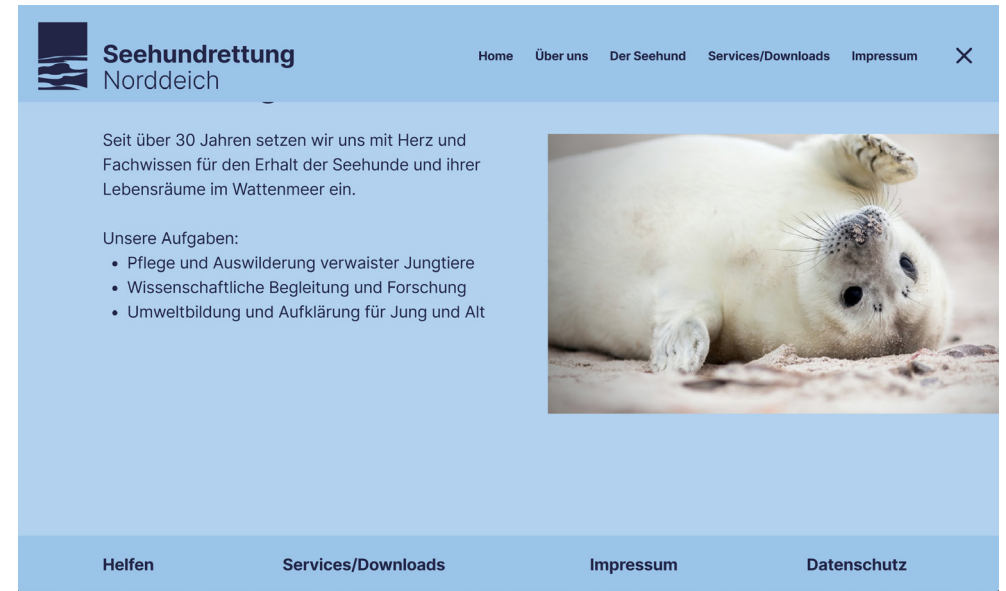
- Tägliche Führungen
- Unterwasserfotobuchung
- Ausstellung
- Mitmachaktionen



Seehundstation Norddeich
Dörper Weg 24
www.seehundstation-norddeich.de

Plakatentwürfe

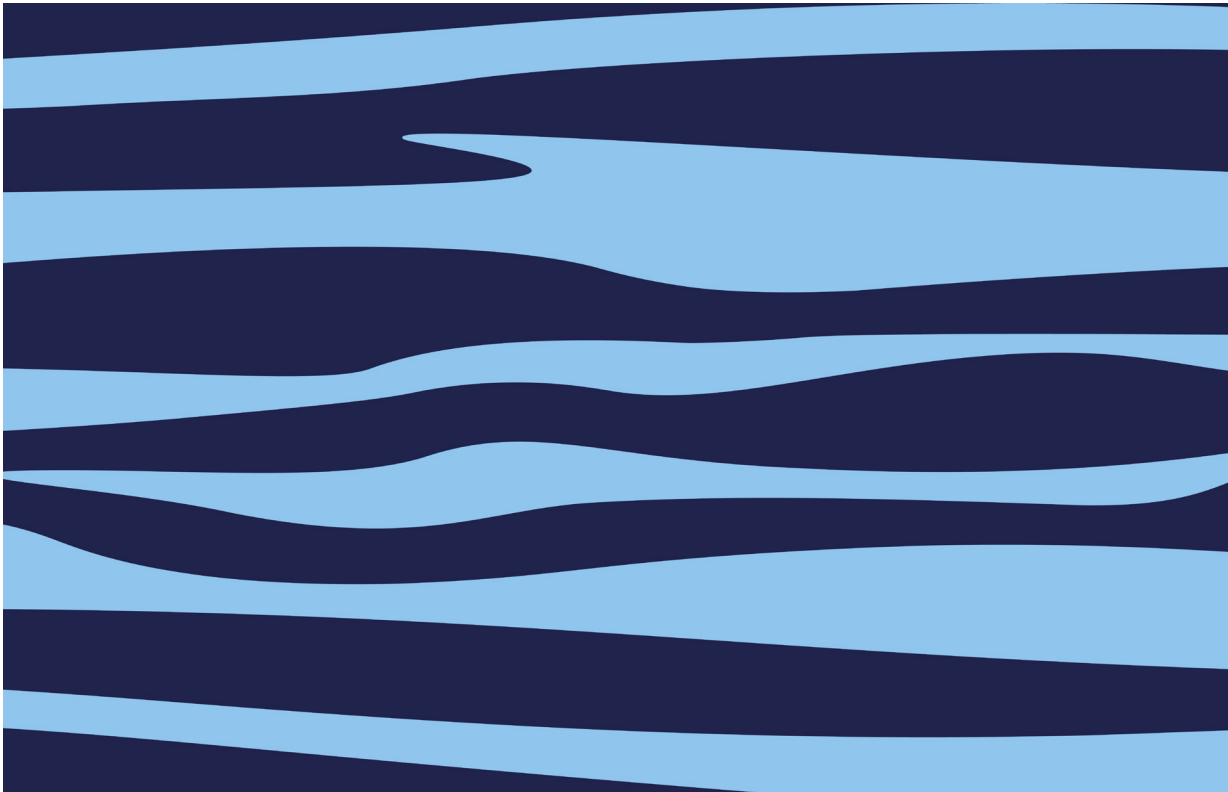
In den Plakatentwürfen hatten wir relativ früh die Idee unser Key Visual einsetzen zu wollen. Davor arbeiteten wir klassisch mit echten Seehundbildern. Hier hatten wir aber das Problem, dass es kaum einheitlich aussehende Bilder gab und wir einfach nicht wirklich zufrieden waren, mit dem was es gab. Daher setzen wir unser Key Visual ein und verzichteten komplett auf reale Bilder.



Website-Entwurf

Im Gegensatz zu den Plakaten nutzen wir im ersten Entwurf hier reale Seehundbilder. Es gibt mehrere Unterseiten, angelehnt an die bereits existierende Website. Farbtechnisch benutzen wir hier ein hell- und ein dunkelblau aus unserer groben Farbpalette.

Umsetzung

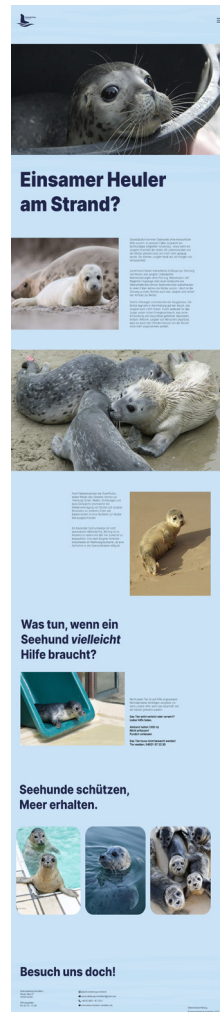


Key Visual

Unser Key Visual geht aus einem früheren Logo-Entwurf hervor, von dem wir uns gestalterisch nicht ganz trennen wollten. Statt es vollständig zu verwerfen, haben wir die darin enthaltenen Formen weiterentwickelt und als ergänzendes Gestaltungselement in unser Erscheinungsbild integriert.

Das Key Visual zeigt eine abstrakte Darstellung mehrerer Priele – natürliche Wasserläufe im Watt, die auch bei Niedrigwasser Wasser führen. Sie verbinden verschiedene Wattbereiche miteinander und sind charakteristisch für die Nordseeküste. Gleichzeitig lassen sich die Formen auch als stilisierte Wellenbewegungen interpretieren. Diese Doppeldeutigkeit, Priel oder Welle, ist bewusst gewählt und spiegelt die Verbindung von Natur und Wasser wider, die für die Seehundrettung Norddeich zentral ist.

Das Key Visual ist flexibel einsetzbar: Einzelne Ausschnitte lassen sich variabel nutzen, wodurch es vielseitig in Layouts integrierbar ist. Besonders häufig kommt es in unseren Printprodukten zum Einsatz, als zusätzliches, identitätsstiftendes Gestaltungselement neben dem Logo. Es ist kein zwingender Bestandteil, bietet aber eine gestalterische Ergänzung, die Flächen füllt und gleichzeitig visuelle Tiefe schafft.



Website

Die Website wurde im Endeffekt relativ ähnlich zu unserem ersten digitalen Entwurf. Wir arbeiten hier jedoch verstärkt mit einer weniger strengen Rasteranordnung um mehr Freiheit in das Gesamtbild zu bringen. Außerdem nutzen wir das Key Visual in sehr geringer Deckkraft im Header und Footer als Gestaltungselement. Die Website hat 3 Unterseiten, die alle die Themen unserer Plakatreihe tiefer aufgreifen und ergänzende Informationen dazu liefern.



Social Media

Für unsere Social-Media-Kanäle, insbesondere Instagram, haben wir uns aufgrund des kleinen Profilbildformats bewusst für die Bildmarke entschieden. So bleibt das Logo auch in kleiner Darstellung gut erkennbar, während der Name über das Profil selbst ersichtlich ist. Doppelte Nennung wird dadurch vermieden.

Beide Logovarianten, hell auf dunkel oder dunkel auf hell, sind flexibel einsetzbar.

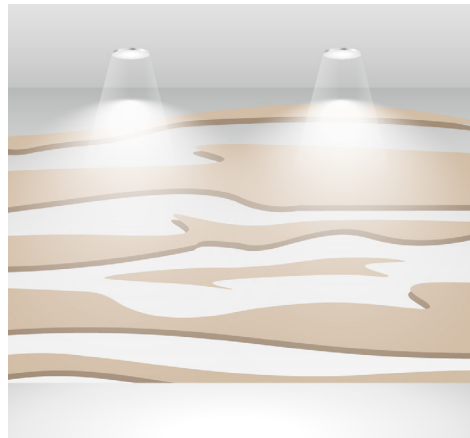
Die Social-Media-Kanäle dienen dazu, über die Arbeit der Organisation zu informieren, aktuelle Entwicklungen zu teilen und Einblicke in Themen wie Seehundzuwachs oder Freilassungen zu geben.



Plakatreihe

Im Großen und Ganzen blieben wir bei dem Prielkonzept aus den ersten Versuchen. Wir wählten jedoch für jedes Plakat einen etwas anderen Ausschnitt des Key Visuals um mehr Dynamik in Reihe zu bringen.

Farbtechnisch behielten wir hell- und dunkelblau als unsere Hauptfarben bei, ergänzten jedoch die Kombination aus dunkelblau und weiß noch. Für dieses Plakat wählten wir bewusst das Thema „Seehund gefunden! Und jetzt?“ da es als einziges Plakat einen starken Aufforderungscharakter hat und nicht nur als Informationsplakat dient. Was bei diesem Plakat ebenfalls wichtig zu betonen ist, dass wir nicht gegendert haben. Der Begriff „Seehundpaten“ wird im Deutschen als generisches Maskulinum verwendet und schließt alle Geschlechter mit ein. Eine gendergerechte Formulierung würde den Titel unnötig verkomplizieren und die klare, plakative Gestaltung beeinträchtigen.

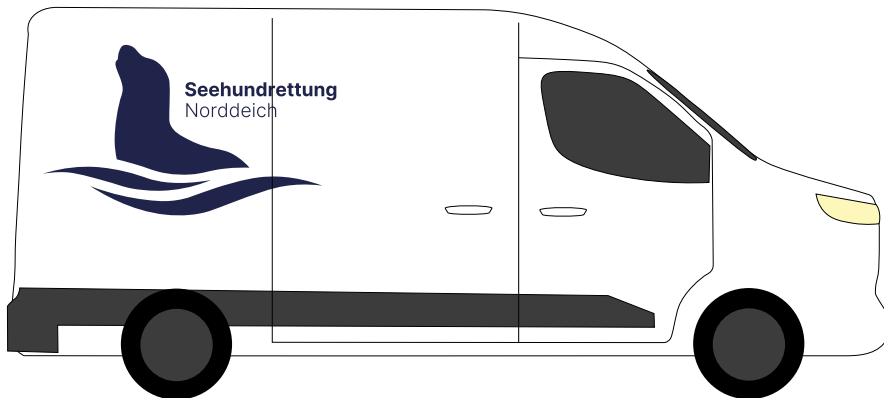
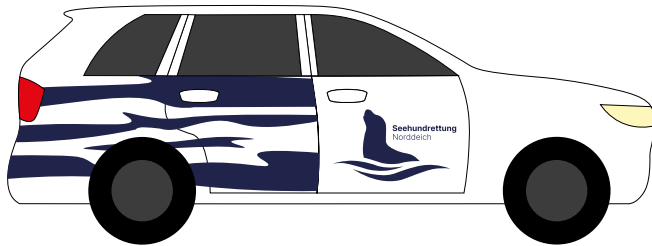


Anwendungsbeispiele

Zu Beginn haben wir unsere Anwendungsbeispiele in realistische Mock-ups integriert, darunter Taschen, T-Shirts, Fahnen und eine Wandgestaltung mit dem Key Visual. Ziel war es, einen ersten Eindruck davon zu gewinnen, wie unser Erscheinungsbild in der Praxis wirken könnte.

Allerdings stellten wir schnell fest, dass die Mock-ups untereinander stilistisch zu unterschiedlich waren. Die starke Variation in Perspektive, Lichtstimmung und Darstellung lenkte vom eigentlichen Design ab und erschwerte eine konsistente Präsentation.

Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, eine einheitlichere und klarere Lösung zu entwickeln: technische, reduzierte Zeichnungen. Diese abstrahierten Darstellungen ermöglichen einen neutralen, sachlichen Blick auf die Gestaltung und stellen den Entwurf selbst in den Vordergrund, ohne visuelle Ablenkung durch realistische Umgebungen.



Fahrzeuge

Da die Seehundrettung auch mobil im Einsatz ist, insbesondere bei der Auswilderung geretteter Tiere in der Umgebung von Norddeich, erschien es uns sinnvoll, auch Fahrzeuge mit dem Logo zu gestalten. So wäre die Organisation im öffentlichen Raum sofort erkennbar und könnte besser mit ihrer wichtigen Arbeit in Verbindung gebracht werden.

Wir haben dafür verschiedene Möglichkeiten ausprobiert, unter anderem die Gestaltung eines normalen PKWs sowie eines Transporters. Trotz mehrerer Ansätze konnten wir jedoch keine Lösung finden, die uns gestalterisch vollständig überzeugt hat. Die Umsetzung wirkte entweder zu unruhig oder passte nicht zum restlichen Erscheinungsbild.

Da wir zudem bereits eine Vielzahl anderer überzeugender Anwendungsbeispiele hatten, haben wir entschieden, die Fahrzeuggestaltung nicht weiter auszuarbeiten und sie letztlich auf unseren Übersichtsplakaten nicht mit aufzunehmen.



T-Shirts und Jutebeutel

Da die Seehundstation über festes Personal verfügt, war es uns wichtig, auch eine passende Arbeitskleidung zu gestalten. Die Mitarbeitenden sollen für Besucher klar erkennbar sein und gleichzeitig das Erscheinungsbild der Station nach außen tragen.

Für die Arbeitsshirts haben wir uns entschieden, auf der Vorderseite eine kleine Wort-Bildmarke zu platzieren. Auf dem Rücken erscheint dieselbe Kombination in größerem Format, damit die Mitarbeitenden auch aus größerer Entfernung gut identifizierbar sind.

Außerdem unterscheiden sich die Shirts farblich je nach Arbeitsbereich: Tierpfleger:innen tragen ein dunkelblaues Shirt. Service- und Informationspersonal erhalten weiße Shirts. So können Besucher direkt erkennen, an wen sie sich mit welchen Anliegen wenden können.

Im Souvenirshop sind außerdem zwei Varianten von Jutebeuteln erhältlich: Eine Version mit der vollständigen Wort-Bildmarke und eine schlichtere Version nur mit der Bildmarke. Da Norddeich ein beliebter Urlaubsort an der Nordseeküste ist, erschien uns eine praktische Tasche sinnvoll, z. B. für Strandausflüge. Gleichzeitig dienen die Beutel als sympathische Werbeträger im Alltag und fördern die Sichtbarkeit der Seehundrettung über die Region hinaus.

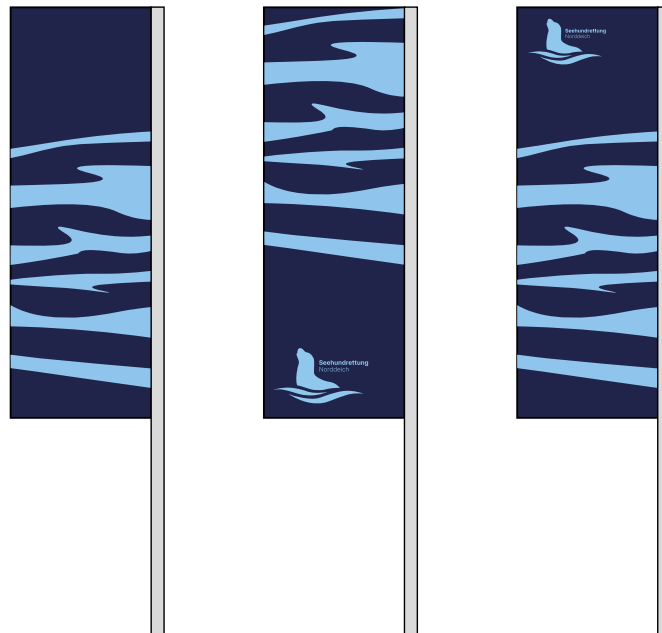
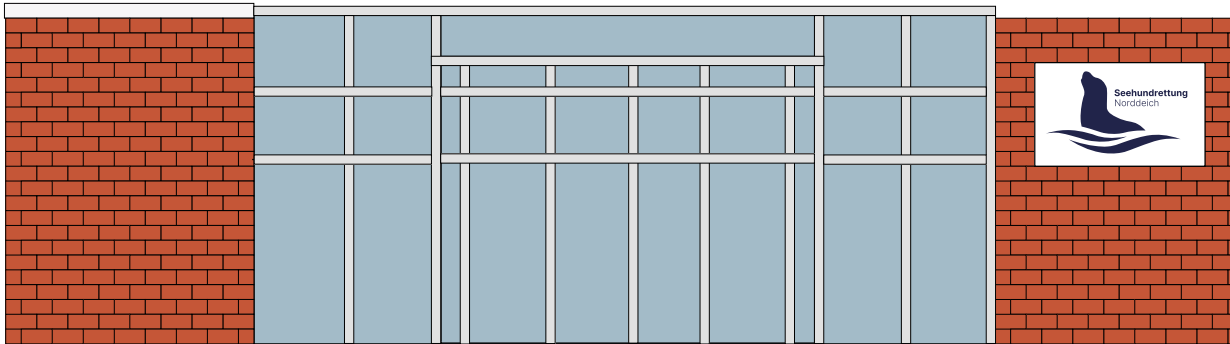


Logos für die Aussenfassade

Da auch ein Logo an der Außenfassade des Gebäudes angebracht werden sollte, haben wir verschiedene Gestaltungsoptionen ausprobiert. Dabei haben wir mit unterschiedlichen Ansätzen experimentiert, von vollflächigen Tafeln in diversen Materialien bis hin zu einem ausgecutten Logo mit transparenter Wirkung.

In der technischen Umsetzung unserer Zeichnung zeigte sich jedoch, dass die Tafellösungen gestalterisch nicht überzeugten bzw. sich nicht gut in die Gesamtansicht integrieren ließen. Deshalb haben wir uns letztlich für eine schlichte weiße Fläche entschieden, auf der die dunkelblaue Wort-Bildmarke gut zur Geltung kommt.

Diese Variante bietet nicht nur einen klaren visuellen Fokus, sondern sorgt durch den hohen Kontrast zur Backsteinfassade auch für eine gute Lesbarkeit und eine professionelle, dennoch zurückhaltende Wirkung, ideal für ein öffentlich zugängliches Gebäude wie das der Seehundstation.

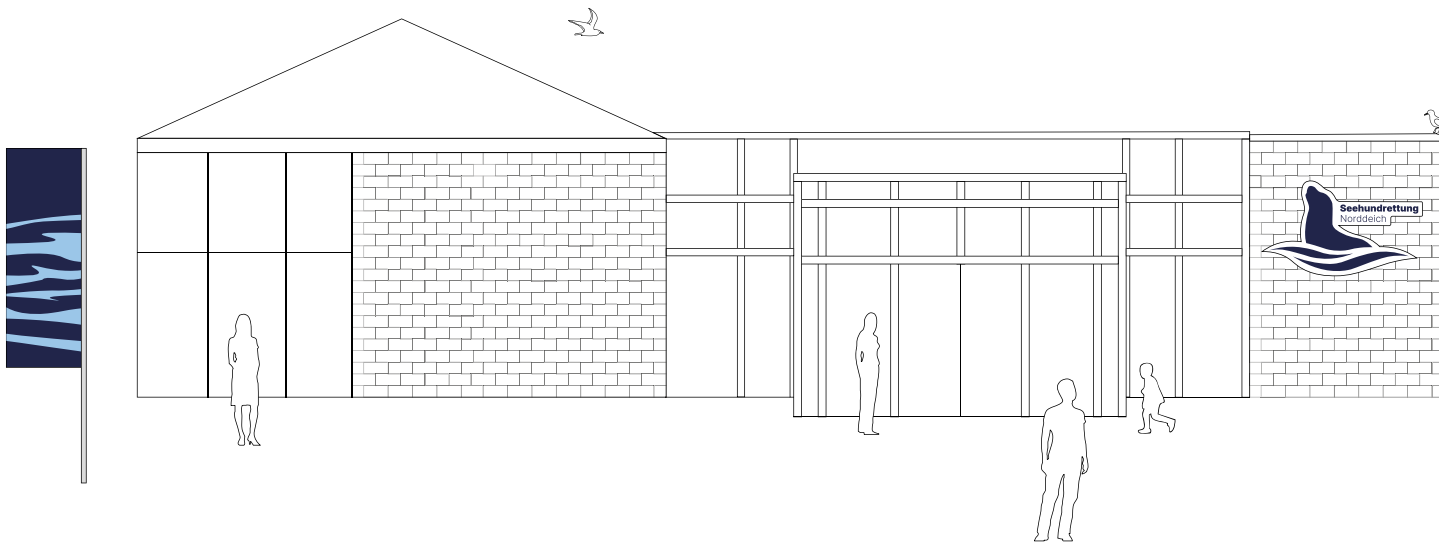


Gebäude und Fahne

Das Gebäude haben wir in Form einer technischen Zeichnung umgesetzt. Dabei haben wir versucht, Materialien wie Backstein und Glas farblich realistisch darzustellen, um einen authentischen Eindruck des Gebäudes zu vermitteln.

Das Logo ist links neben dem Eingang platziert, an derselben Stelle, an der sich derzeit auch das bestehende Logo der Seehundstation Norddeich befindet. So bleibt die Position für Besucher vertraut und das neue Erscheinungsbild ist direkt erkennbar.

Zusätzlich haben wir verschiedene Entwürfe für eine Fahne gestaltet. Diese zeigt das Key Visual sowie Logo-Varianten in unterschiedlichen Anordnungen. Die Fahne ist schon von Weitem sichtbar und signalisiert deutlich: Hier ist die Seehundrettung Norddeich. Besucher wissen also sofort, dass sie am richtigen Ort angekommen sind.



Finales Gebäude

Für unsere finale Darstellung des Gebäudes haben wir bewusst auf eine reduzierte, schwarz-weiße Darstellung gesetzt. So stehen die neu hinzugefügten Elemente des Erscheinungsbildes, wie das Logo und die Fahne, klar im Fokus, da sie farblich hervorgehoben werden.

Für die Fassadengestaltung haben wir die Wort-Bildmarke gewählt. Da diese in der schlichten Ansicht sonst visuell untergegangen wäre, haben wir sie auf einer weißen Hintergrundfläche platziert, um ausreichend Kontrast zur Backsteinwand zu schaffen.

Die Fahne zeigt ausschließlich das Key-Visual, da das Logo bereits an der Gebäudefront präsent ist und eine Wiederholung vermieden werden sollte. So bleibt das Gesamtbild klar und aufgeräumt.

Um die Darstellung realistischer wirken zu lassen und ein besseres Gefühl für Maßstab und Größenverhältnisse zu vermitteln, haben wir zusätzlich einige Personen in die Szene integriert.



Seehundretung Norddeich Dörper Weg 24 26506 Norden

Max Mustermann
Blumenweg 17
75434 Dirgenheim

Informationen zur aktuellen Seehundsalon

Sehr geehrte Frau Mustermann,

wir möchten uns herzlich für Ihr Interesse an der Arbeit der Seehundstation Norddeich bedanken und Sie mit diesem Schreiben über die aktuelle Saison und unsere Aktivitäten informieren.

In den vergangenen Wochen haben wir bereits über 50 Heuler (verwaiste Seehundweipen) aufgenommen, die an der niedersächsischen Nordseeküste gefunden und gemeldet wurden. Dank der Unterstützung unserer engagierten Helferinnen und Helfer sowie zahlreicher Spender konnten wir die Tiere medizinisch versorgen und artgerecht aufziehen.

Besonders erfreulich ist, dass viele der Jungtiere inzwischen stabil sind und bald wieder in die Freiheit entlassen werden können. Diese Freilassungen gehören zu den schönsten Momenten unserer Arbeit – und sie sind nur möglich durch die anhaltende Unterstützung von Menschen wie Ihnen.

Wenn Sie unsere Arbeit weiter fördern möchten, freuen wir uns über eine Spende oder einen Besuch in unserer Station. Auch ehrenamtliches Engagement ist jederzeit willkommen.

Für Rückfragen oder Anregungen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Max Petersen
Leiter der Seehundstation Norddeich



Telefon 08268 952975
Fax 08262 952943
E-Mail seehundretung.norddeich@gmail.com

IBAN DE73 836022746518395
BIC AJED3333
Steuer-Nr. 29876/89225



Seehundretung Norddeich Dörper Weg 24 26506 Norden

Max Mustermann
Blumenweg 17
75434 Dirgenheim





Telefon 08268 952975
Fax 08262 952943
E-Mail seehundretung.norddeich@gmail.com

IBAN DE73 836022746518395
BIC AJED3333
Steuer-Nr. 29876/89225

Printprodukte

Um dem Briefpapier und dem Patenschaftszertifikat einen seriösen und hochwertigen Charakter zu verleihen, haben wir beide Gestaltungen bewusst schlicht und zurückhaltend gehalten. Sowohl die Wort-Bildmarke als auch das Key Visual kommen auf beiden Drucksachen zum Einsatz.

Beim Briefpapier wurde das Key Visual mit sehr geringer Deckkraft in den Hintergrund des Fließtextes gelegt. Dadurch wirkt das Design dezent, ohne die Lesbarkeit zu beeinträchtigen. In unserer Darstellung zeigen wir sowohl die leere als auch die beschriebene Variante, um den Effekt anschaulich zu machen.

Das Patenschaftszertifikat enthält alle relevanten Informationen zur Patenschaft, wie Name, Tierart und Datum. Um es gestalterisch aufzuwerten und nicht als reines Formular erscheinen zu lassen, haben wir auch hier das Key Visual integriert. Zusätzlich ist vorgesehen, das Zertifikat auf hochwertigem Papier zu drucken, damit es für die Paten einen bleibenden, wertigen Eindruck hinterlässt.



Patenschaftszertifikat

Name _____ gewünschter Seehundname _____

_____ Spendenbetrag (min. 750€)

Anschrift _____

☐ Spendenbescheinigung per E-Mail

E-Mail _____ Tel. _____ ☐ Heulerpost und regelmäßige Updates

Datum, Ort _____ Unterschrift _____

DE 62 2836 1592 0007 771 11
Raiffeisen-Volksbank Friesland

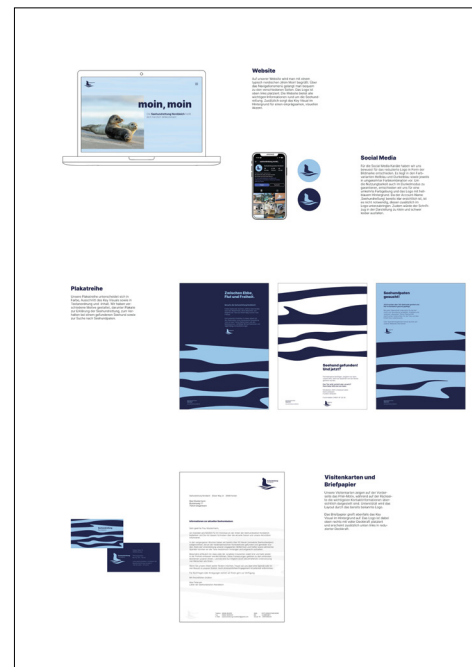




Die Visitenkarte zeigt auf der Vorderseite das Key-Visual in Kombination mit der Wortmarke. Auf der Rückseite befindet sich die Wort-Bildmarke zusammen mit allen wichtigen Informationen zur Seehundstation, darunter auch die Social-Media-Kanäle, da diese heutzutage eine zentrale Rolle in der Kommunikation spielen. Durch den gezielten Einsatz von Farbe wollten wir die Karte visuell ansprechend gestalten und so den Anreiz erhöhen, sie mitzunehmen und aufzubewahren.

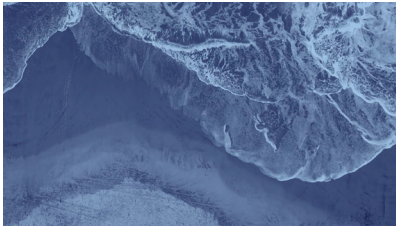
Die Gestaltung der Eintrittskarten orientiert sich visuell an der Visitenkarte und folgt demselben Designprinzip. Besonders ist hier der abtrennbare Abschnitt, der beim Eintritt entwertet werden kann. Die Eintrittskarte enthält alle relevanten Informationen wie Datum, Preis, Öffnungszeiten, Adresse, Ticketnummer, Website Adresse sowie einen Barcode, der am Eingang gescannt wird.

Da der Titel der Karte bereits „Eintrittskarte Seehundrettung Norddeich“ lautet, verwenden wir auf der Seite ausschließlich die Bildmarke, um eine inhaltliche Dopplung zu vermeiden und das Layout übersichtlich zu halten.



Übersichtsplakate

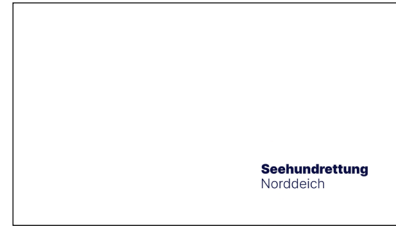
Schlussendlich entschieden wir uns für drei Übersichtsplakate. Das erste zeigt alle Kernelemente wie das Logo in den verschiedenen Farbkombinationen, die Farbpalette, die Typografie und das Key Visual. Auf dem zweiten Plakat stellen wir die Website und den Instagramaccount vor. Außerdem präsentieren wir die Plakatreihe, sowie das Briefpapier und die Visitenkarte. Auf dem letzten Plakat zeigen wir alles, was mit der Seehundrettung vor Ort zutun hat: Eintrittskarten, Spendenzertifikat, Merch und Mitarbeiter-shirts und zuletzt die Flaggen vor dem Gebäude und das Logo als große Fassadenverzierung. Die Elemente sind alle in einem Raster angeordnet, allerdings so frei, dass überall genug Weißraum bleibt und nichts zu voll wirkt.



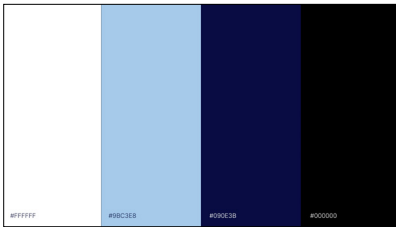
Der Film beginnt mit drei atmosphärischen Sequenzen: einem Strandabschnitt und Aufnahmen von Seehunden.



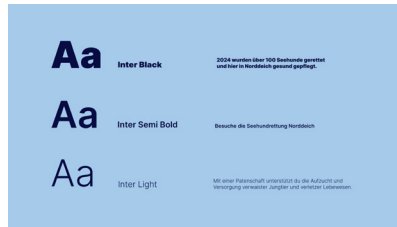
So soll der Zuschauer direkt emotional abgeholt werden und eine erste Ahnung vom Thema bekommen.



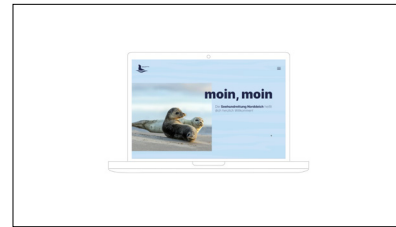
Im Anschluss setzt sich die Wortmarke animiert zusammen.



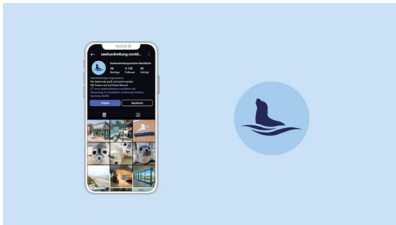
Daraufhin erscheinen die definierten Farben.



Gefolgt von der gewählten Schriftfamilie inklusive Schriftschnitten und Beispieltexen.



Es folgen Einblicke in den Webauftritt,...



die Verwendung des Logos auf Social Media,...



unsere Plakatreihe....



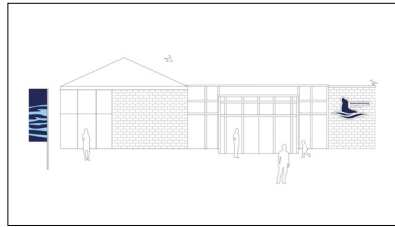
sowie Merchandise-Produkte wie Jutebeutel und Mitarbeiter-Shirts.

Animationsvideo

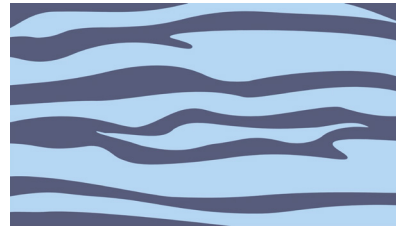
Wir wollten in unserem Film auch wieder unsere gewählten Farben verwenden, um das ganze Video einheitlich erscheinen zu lassen.



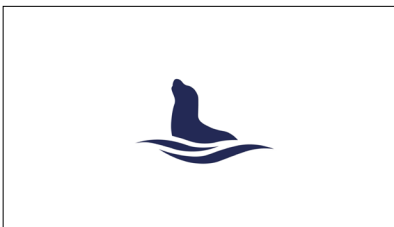
Danach werden die Printprodukte eingeblendet: Visitenkarten, Patenschaftszertifikat, Eintrittskarten und Briefpapier.



Anschließend zeigen wir das Gebäude der Seehundstation Norddeich mit dem neuen Logo an der Außenfassade sowie einer Fahne vor dem Eingang.



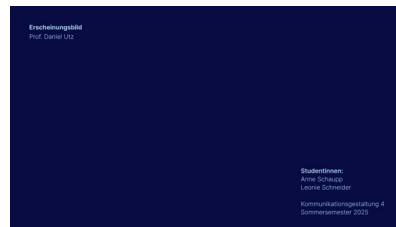
Darauf folgt unser Key Visual, eine animierte Grafik, die an sanfte Wellen erinnert.



Im Anschluss zeigen wir im Schnelldurchlauf die Bildmarke in ihren verschiedenen Farbvarianten. Aus ihr formt sich schließlich die Wort-Bildmarke, die sich auf den Zuschauer zubewegt und dabei langsam an Deckkraft verliert.



Aus ihr formt sich schließlich die Wort-Bildmarke, die sich auf den Zuschauer zubewegt und dabei langsam an Deckkraft verliert.



Zum Abschluss erscheinen unsere Namen, der Kurs, das Semester und weitere Projektdetails.

Fazit

Abschluss

Die Entwicklung eines neuen Erscheinungsbildes für eine Institution unserer Wahl war für uns eine äußerst spannende und lehrreiche Erfahrung. Besonders interessant war es, alle gestalterischen und konzeptionellen Elemente einmal ganzheitlich zu durchdenken, von der Farbwelt und Typografie bis hin zu Anwendungsbeispielen und dem finalen visuellen Auftritt.

Während des Prozesses wurde uns bewusst, wie viele Aspekte zu einem konsistenten Corporate Design gehören, die man im Alltag oft als selbstverständlich wahrnimmt, sei es das Zusammenspiel von Farben und Formen, die Wirkung der Bildsprache oder die sorgfältige Auswahl der Schrift. Gerade beim Thema Typografie haben wir viel dazugelernt, insbesondere in Bezug auf Lizenzkosten und rechtliche Rahmenbedingungen. Solche Faktoren geraten im Studium oft in den Hintergrund, sind aber in der Praxis von großer Bedeutung.

Insgesamt sind wir mit dem Ergebnis unseres Projekts sehr zufrieden. Wir haben nicht nur unser gestalterisches Können erweitert, sondern auch ein besseres Verständnis dafür gewonnen, was ein überzeugendes visuelles Erscheinungsbild ausmacht, inhaltlich wie gestalterisch.

Diese Erfahrung hat unseren Wunsch gestärkt, auch nach dem Studium im Bereich Branding und visuelle Identität zu arbeiten. Wir könnten uns gut vorstellen, künftig Erscheinungsbilder für Unternehmen, gemeinnützige Initiativen oder kulturelle Veranstaltungen zu entwickeln und dabei kreative Konzepte mit strategischem Denken zu verbinden.

