

Bildgestaltung für Digicomp Academy, Zürich

Bilderwelten als Corporate Design

Die Sportartikler Nike, Puma, Adidas, die Autobauer Mercedes, BMW oder Audi haben mit der Informatikschule Digicomp eines gemein, sie kommunizieren über Bilderwelten.

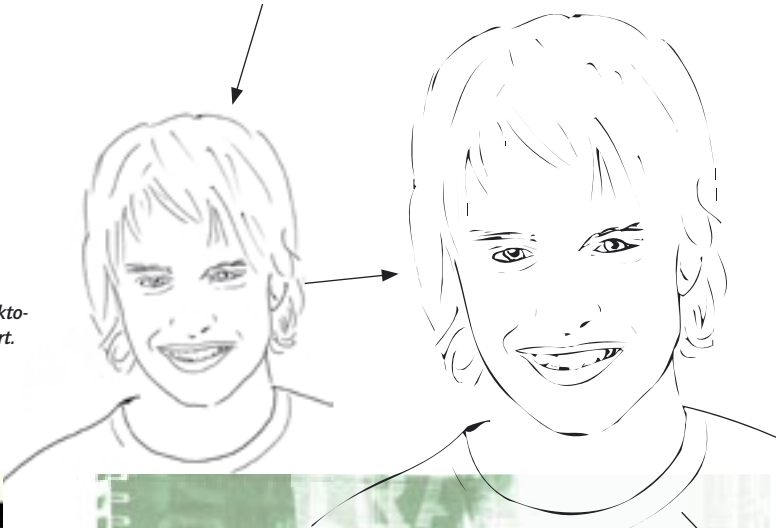


Aus Bilddatenbank Digital Visions
CD New Business

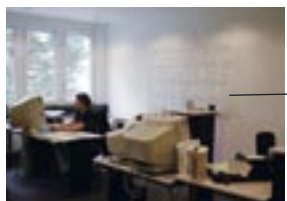
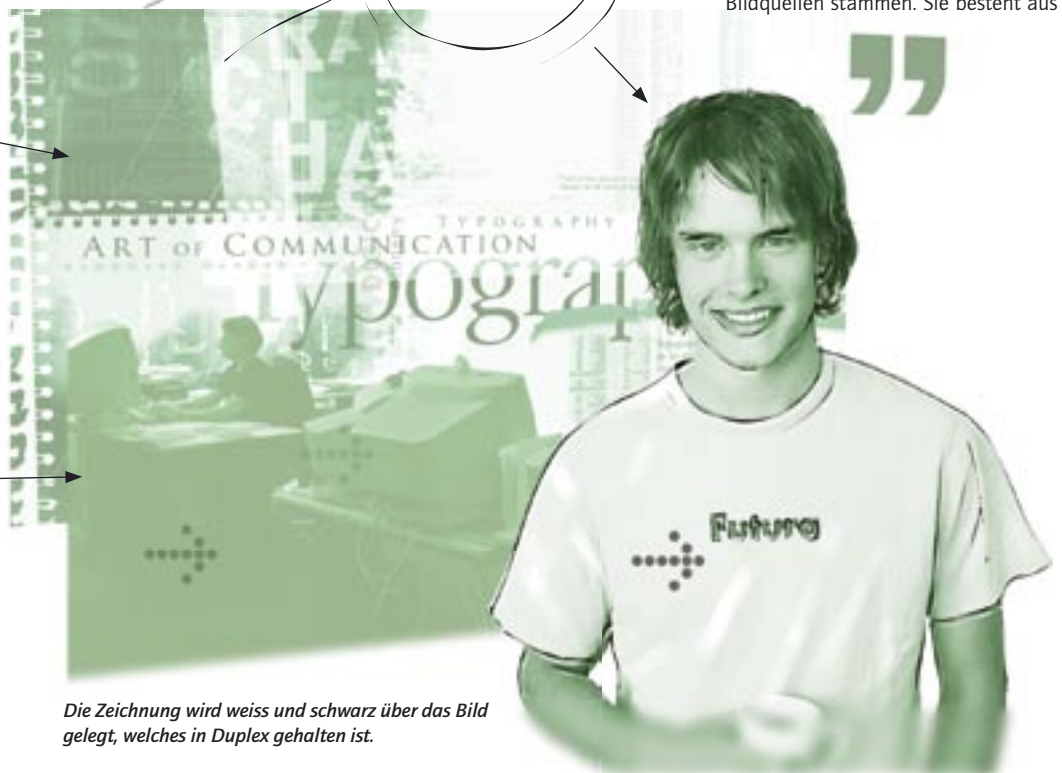
Das ausgedruckte Bild wird umgekehrt
aufs Leuchtpult gelegt und mit Kugel-
schreiber durchgezeichnet.



Wir scannen die Zeichnung mit
300 ppi speichern sie als .tif. Das
Porträt rechts zeigt die mit Adobe
Streamline vektorisierte Form mit
Pfadern, die sich verjüngen. Die Vektoren
werden in Photoshop importiert.



Aus Bilddatenbank Digital Visions,
CD Prototype



Digitalfoto aus der Agenturtschi

Die Zeichnung wird weiss und schwarz über das Bild
gelegt, welches in Duplex gehalten ist.

■ RALF TURTSCHI Im Rahmen eines Corporate Design Konzeptes definieren sich immer noch zu viele Unternehmen über das Logo, die Farbe und wenn es gut kommt über die Typografie (Schrift und Gestaltung). Das Corporate Design Manual beschreibt auf Dutzenden von Seiten wo und wie das Logo einzusetzen ist, als wärs die wichtigste Sache der Welt. Dass Bilder Corporate Design viel mehr prägen, als dies vielleicht bis anhin erkannt wurde, zeigen erfolgreiche Beispiele aus der TV-Werbung, wo die Story im Vordergrund steht und nicht die Platzierung des Logos.

Anfang August bekam die Agenturtschi das Briefing, eine Bilderwelt für Digicomp Academy, ein professionelles Informatik-Weiterbildungsinstitut mit Sitz in Zürich und Niederlassungen in Bern, Basel, St. Gallen und Lausanne zu entwickeln. Die Bilder sollten multifunktional verwendet werden können, im Katalog mit dem Schulungsangebot genauso wie auf Displays, Prospekten oder im Web. Selbstverständlich müssen sich diese Bilder von der Konkurrenz abheben und wegen ihrer Einzigartigkeit sofort mit Digicomp in Verbindung gebracht werden. Wobei aus finanziellen und zeitlichen Gründen ein Fotoshooting zum vornherein ausgeschlossen werden konnte. Die Lösung musste also von anderen Bildquellen stammen. Sie besteht aus

folgender Idee: Schulung besteht aus Know-how-Transfer. Menschen geben ihr Wissen an andere weiter. Es gibt dabei viel Unbekanntes zu erfahren, die eigene Zukunft ist unscharf, erst in Gedanken skizziert vorhanden. Solche Visionen sollten in den Bildern erkennbar sein.

Wir suchten im Bildarchiv von www.kursiv.ch nach Menschen bestimmten Alters und Geschlechts mit passender Bildaussage. Wenn möglich sollte in den Bildern auch eine Beziehung zwischen Menschen vorkommen und ein wenig Computer wäre auch nicht übel. Wir hatten für die Katalogaufbereitung zwölf verschiedene Sujets zu gestalten, die zu einzelnen Schulungsgebieten wie Microsoft Betriebssysteme, Internet, Publishing, Linux, Novell, Office, Datenbanken und andere passten. Mit total vier Bild-CDs mit copyrightfreien Bildern kamen wir über die Runde und konnten die zwölf Sujets aufbereiten.

Jedes Bild besteht aus einem Hintergrund, einer oder mehrer Personen, eine überlagerten Zeichnung in schwarz und weiss und verschiedenen Accessoires wie Pfeile oder Wortfragmente. Wir platzen sie in Photoshop auf die Figur und verändern sie wo nötig. Da ist ein Strich zuviel, dort einer zuwenig. Die Gesichter werden eher weniger mit Strichen zugekleistert. Da die Hausfarbe Pantone 361 grün ist und schwarz/grün gedruckt wird, ist das Bild in Duplex gehalten. Bezugsquelle: www.digicomp.ch.



Die Bildkomposition für den Schulungsbereich «Office-Anwendungen». Skizze und Realität vermischen sich zu einer originalen Komposition, die variabel einsetzbar ist, und dennoch hohen Wiedererkennungswert besitzt.



Das Cover für den Hauptkatalog mit 200 Seiten



Die fertige Inhaltsseite, die das Kapitel Publishing eröffnet.



Broschüre über die zertifizierten Lehrgänge