



Konzeption & Gestaltung eines Medienprodukts

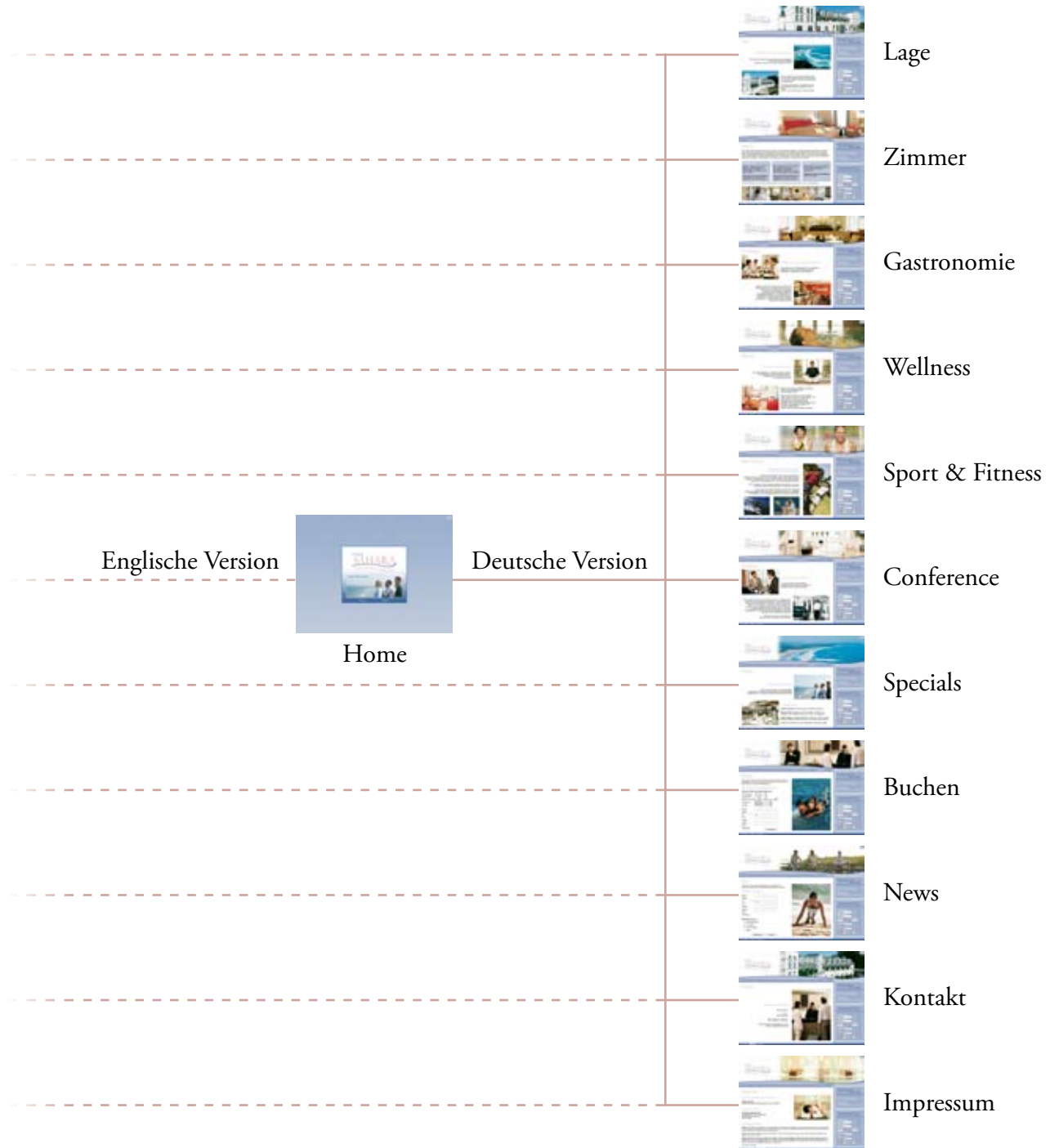
Tilman Reuter
Prüflingsnummer: 142

Inhalt:

Sitemap/Navigationsplan	3
Screenlayout	4
Screenaufteilung	4
Schriftzug / Logo	5
Farbanwendungen und Farbkonzept	5
Grafische Überlegungen zur Gestaltung	6
Typografische Überlegungen zur Gestaltung	6
Gestalterisches Konzept der Benutzerführung	7
Überlegungen zur Bildgestaltung	7
Änderungen gegenüber dem Skribbel	8
Persönliche Anmerkungen	8
Verwendete Hard- und Software	8
Screens	9
Impressum	12



Sitemap / Navigationsplan



Screenlayout

Dem Inhaber des Hotels „Sahara“ geht es laut Briefing in erster Linie darum, sein Hotel exklusiv und attraktiv darzustellen. Desweiteren soll es mit besonderen Arrangements Urlaubsgäste zum Kurzurlaub, aber auch zum längeren Aufenthalt einladen.

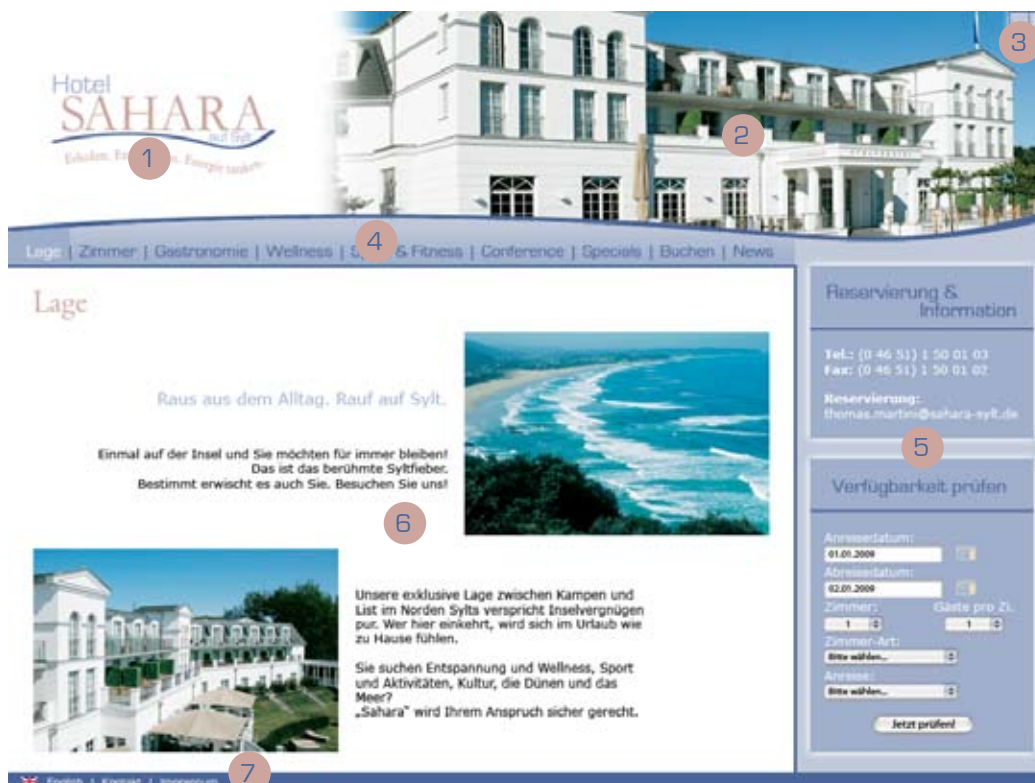
Daraus lässt sich schließen, dass es sich um die Altersgruppe der ca. 35- bis 60-Jährigen handelt und Frauen und Männer gleichermaßen angesprochen werden sollen. Sie sind gut verdienend und wollen von ihrem Arbeitsalltag entspannen. Diese Zielgruppe legt besonderen Wert auf Ruhe, Entspannung sowie Tradition.

Aus dem Grund habe ich mich beim Screenlayout auf einfache, konventionelle und rechteckige Formen und Schriften beschränkt.

Das Logo ist der westlichen Leserichtung entsprechend oben links platziert. Die auflockernde Welle leitet die obere Hälfte harmonisch zum Inhalt über.

Damit das Auge Luft zum Atmen hat, habe ich im unteren Bereich teilweise große Weißbereiche eingesetzt. So wirkt das Design exklusiv und Text und Bilder können für sich wirken.

Screenaufteilung



- 1 Logo
- 2 Eye-Catcher
- 3 Menüleiste
- 4 Hauptnavigation
- 5 Kontakt- und Buchungsmöglichkeit
- 6 Content-Bereich
- 7 Footer mit Sprachauswahl

Schriftzug / Logo

Das Wort „Sahara“ wirkt durch die bewährte klassische Schriftart Garamond in Versalien besonders edel. Sie bildet den Mittelpunkt des Schriftzugs und hebt sich durch seine wärmere, sandige Farbe besonders ab.

Die Wörter „Hotel“ und „auf Sylt“ wollte ich auf jeden Fall in das Logo integrieren, sie sollten jedoch eindeutig vom Hotelnamen zu unterscheiden sein. Deshalb habe ich sie dem westlichen Lesefluss entsprechend links oben und rechts unten platziert und eine eckige, serifenlose Schriftart (Eurostile) sowie eine andere Farbe gewählt. Insgesamt entsteht so eine harmonische Schriftkombination, in der sich sowohl der exklusive und traditionelle Charakter, als auch die verschiedenen Angebote wie Wellness und Conference widerspiegeln.

Um auf die Nähe zum Meer hinzuweisen, habe ich mich neben der reinen Schrift für ein grafisches, auflockerndes Element im Logo entschieden. Die Welle unterstreicht dezent den Schriftzug und stellt die Verbindung zum Wasser her.



Farbanwendungen und Farbkonzept

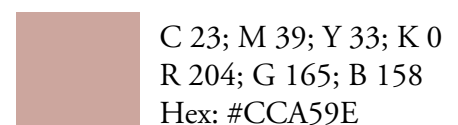
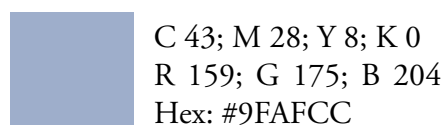
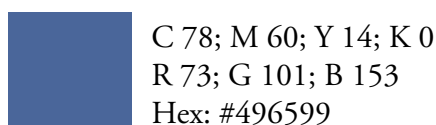
Um auf den ersten Blick eine Assoziation zu Naturgenuss und Ruhe herzustellen, habe ich mein Augenmerk bei der Farbwahl auf Pastellfarben gelegt, die auf die Natürlichkeit hinweisen. Durch die eher geringe Sättigung dieser Farben werden besonders Menschen mittleren Alters angesprochen und das Gesamtbild wirkt dennoch edel und elegant.

Ich habe als Hauptfarbe ein helles Blau verwendet, damit eindeutig wird, dass sich das Hotel Sahara nicht in der Wüste, sondern direkt am Meer befindet. Zusätzlich vermitteln die vielen Blautöne ein entspannendes Gefühl und Ruhe. Ein Kontrast zu den vielen Blautönen

wird durch Beige hergestellt, die als Akzentfarbe bewusst nur im Logo sowie als Headline verwendet wird. Beige symbolisiert den Sandstrand von Sylt und hinterlässt einen unauffällig natürlichen Eindruck.

Das Weiß im Content-Bereich gewährleistet eine optimale Lesbarkeit. Es betont die Exklusivität und nimmt sowohl Bezug auf die Reinlichkeit im Hotel, als auch auf die Außenfassade. Der Bunt-Unbunt-Kontrast gibt der Präsentation die erwünschte Seriosität.

Der blaue Farbverlauf in der Navigationsleiste und auf der Startseite erweckt einen plastischen Eindruck und gestaltet die Seite abwechslungsreicher.



Grafische Überlegungen zur Gestaltung

Der Grundgedanke bei der Gestaltung der CD-Rom-Präsentation war, dass Hotel Sahara eindeutig dem Element Wasser zuzuordnen, um nicht vom Namen irreführt zu werden. Vor allem soll das Hotel aber auch Exklusivität und Ruhe ausstrahlen.

Insgesamt wirkt die Seite durch die vielen Rechtecke und geraden Linien sehr klar und übersichtlich. Der Content-Bereich wird durch zwei dunkelblaue Linien oben und rechts sowie unten durch einen Balken abgegrenzt, wodurch der Inhalt klar vom Rest unterscheidbar ist. Die dunkelblaue Welle oben verleiht dem ge-

samten Screen einen modernen Schwung und lässt sie dadurch dynamisch und freundlich erscheinen.

Die Hauptnavigation oben fällt leicht ins Auge, ist jedoch nicht zu aufdringlich. Der Balken unten bildet den optischen Abschluss der Seite.

Die zwei wichtigsten Punkte „Reservierung & Information“ und „Verfügbarkeit prüfen“ (Buchen) fallen durch die Hervorhebung der blauen Kästen und den Effekt „Schein nach außen“ besonders auf, wodurch der Besucher schnell die wichtigsten Informationen findet.

Typografische Überlegungen zur Gestaltung

Da es sich bei den Benutzern der CD-Rom überwiegend um ältere Personen handelt, habe ich mich beim Schriftzug „Sahara“ im Logo und der Headline für eine klassische Serifenschrift entschieden: Garamond. Ihre gerundeten Serifen greifen den Wellen- und Meercharakter auf und fügen sich angenehm in das Erscheinungsbild ein.

Als zusätzliche Schriftart habe ich die serifenlose Eurostile gewählt. Sie eignet sich besonders gut für die Monitorarstellung und lässt den Schriftzug elegant und exklusiv wirken. Durch ihren eckigen und konstruierten Charakter ergänzt sie sich gut mit der Garamond und der rechteckigen Gestaltung des gesamten Screens, behält aber dennoch ihren eigenen Charakter.

Für den Fließtext habe ich Verdana verwendet, da sich diese Schrift im Web schon fast als Standardschrift

durchgesetzt hat. Sie ist durch ihre Größe von 12 pt auch für ältere Menschen immer noch leicht lesbar und hebt sich durch den Schwarz-Weiß-Kontrast gut vom Hintergrund ab.

Um das Thema des Screens sofort klar zu machen, habe ich als Unterüberschrift den jeweils ersten Satz des Fließtextes hervorgehoben und eine größere, farblich differenzierte Schriftgröße eingesetzt. Zusätzlich habe ich diese eindeutig vom restlichen Text separiert, damit sie leicht ins Auge fällt.

Der abwechselnd rechts- und linksbündige Flattersatz stellt eine Verbindung zu den nebenstehenden Bildern her und lässt sich mit seinen 4 - 10 Wörtern pro Zeile noch gut lesen. Somit wirkt die Seite weniger statisch und damit abwechslungsreicher.

Garamond

Eurostile

Verdana

Gestalterisches Konzept der Benutzerführung

Durch die sehr einfach gehaltene Startseite wird dem Benutzer gleich zu Beginn der Eindruck des Hotels vermittelt. Zudem kann er sich in Ruhe für Deutsch oder Englisch entscheiden, ohne von störenden Elementen abgelenkt zu werden.

Aufgrund der Netzstruktur der Navigation kann man jederzeit zu jedem Screen wechseln. Oben, direkt unter dem Logo und dem Eye-Catcher, werden die wichtigen Links – unten die weniger wichtigen Links dargestellt. Mit der durchgehend blauen Hintergrundfarbe und der weißen Schriftfarbe wird die aktive Seite in der Linkleiste hervorgehoben. Auch die Headline im Content-Bereich

oben links lässt auf den ersten Blick erkennen, wo sich der Anwender gerade befindet.

Die wichtigsten Informationen um Kontakt aufzunehmen, werden immer rechts dargestellt. Somit kann der Kunde jederzeit, gemäß dem letzten Punkt „Action“ des Werbepinzips AIDA, aktiv werden und sein Zimmer buchen.

Außerdem ist es möglich, von jedem Screen aus die Präsentation durch die beiden Symbole oben rechts zu minimieren oder zu schließen, was besonders für ältere Menschen, die nicht über ausreichend Medienkompetenz verfügen, hilfreich ist.

Überlegungen zur Bildgestaltung

Da Bilder im Non-Print Bereich einen sehr hohen Stellenwert belegen, habe ich mich entschieden, neben dem Eye-Catcher zusätzlich noch ein bis drei Bilder im Content-Bereich zu verwenden. Dunkle Bilder wurden aufgehellt, um mehr Zeichnung zu erhalten. Die Bilder mit sehr starkem Farbkontrast wurden etwas abgeblendet, damit die milden Farben der Flächen nicht überlagert werden.

Der Eye-Catcher ändert sich jedes Mal, um jeder Seite ein individuelles Aussehen zu geben und einen möglichst anschaulichen Eindruck mit dem verfügbaren Bil-

derpool zu erreichen. Der Verlauf nach Weiß zum Logo hin bewirkt einen sanften Übergang und verbindet Bild mit Logo. Die Breite des Eye-Catchers liegt mit der weißen Fläche des Logos annähernd im Goldenen Schnitt. Die kleineren Bilder (unten) beziehen sich soweit wie möglich auf den Textinhalt. Die Bewegung des Bildinhaltes wurde, wenn möglich, auf die nebenstehende Schrift hin gelenkt, um einen zusätzlichen Zusammenhang zwischen Bild und Text herzustellen, z.B. Wellenbewegung beim Screen „Lage“ nach links (s.u.).

Raus aus dem Alltag. Rauf auf Sylt.

Einmal auf der Insel und Sie möchten für immer bleiben!
Das ist das berühmte Syltfeiber.
Bestimmt erwischt es auch Sie. Besuchen Sie uns!



Änderungen gegenüber dem Skribbel

Auf der Seite „Wellness“ unten habe ich statt Bild_13 Bild_12 verwendet, da Bild_13 auf der Seite „Impressum“ wesentlich besser gepasst hat.

Statt Bild_36 habe ich auf der Seite „Specials“ unten Bild_29 verwendet, da dieses im Hochformat war und nicht in das übliche Design gepasst hätte. Zudem ergänzt es sich gut mit dem oberen Bild, da auf beiden ein „Blick auf's Meer“ zu sehen ist.

Auf der Seite „Buchen“ habe ich Bild_28 durch Bild_17 ersetzt, da die Bildaussage einerseits wesentlich besser

zum Inhalt passt und ich andererseits auf der Seite „News“ schon das gleiche Bild hatte (was mir bei der Bildauswahl für das Skribbel nicht aufgefallen war).

Da Bild_03 eine andere Farbstimmung als die restlichen verwendeten Bilder hat und das Motiv eine andere Wirkung hat, musste ich es auf der Seite „Impressum“ durch ein anderes ersetzen. Dabei fiel meine Wahl sehr schnell auf das Bild_13, da dieses sehr gut mit dem oberen Bild harmonisiert und eine beruhigende Stimmung hervorruft.

Persönliche Anmerkungen

Die CD-Präsentation habe ich ähnlich wie eine Website aufgebaut. Die einzigen Unterschiede sind die Menüleisten oben rechts zum Beenden und Minimieren der Präsentation und, dass die Screengröße tatsächlich 1024 x 768 Pixel beträgt, da keine Menüleisten des Internet-Browsers berücksichtigt werden müssen.

Beim Einlegen der CD-Rom startet die Präsentation automatisch mit der Home-Seite. Falls der Benutzer die Sprache später noch ändern möchte, kann er dies jederzeit mit einem Klick auf den Button „English“ tun (unten links). Er kommt dann direkt auf die aktuelle Seite in englischer Sprache (siehe auch Seite 3).

Eine ruhige, entspannende Musik oder ein sanftes Meererauschen im Hintergrund würde die ruhige Wirkung der Präsentation zusätzlich unterstützen.

Die Übergänge von einer Seite zur Nächsten werden durch eine kurze, weiche Überblendung animiert.

Um auch ältere Menschen mit Sehschwäche zu erreichen, kann unten rechts ein Button hinzugefügt werden, mit dem die Inhalte der Seite vorgelesen oder auf 200% vergrößert werden können.

Die beiden Formulare „Buchen“ und „News“ können entweder durch ein Script über Internet verschickt oder durch einen zusätzlichen Button ausgedruckt werden.

Durch einen Klick auf die Buttons neben dem An- und Abreisedatum wird dem Benutzer eine Tabelle mit dem aktuellen Monat eingeblendet, mit deren Hilfe er schnell und einfach seine Reise planen kann. Die Tabelle funktioniert wie ein virtueller Terminkalender.

Verwendete Hard- und Software

Hardware

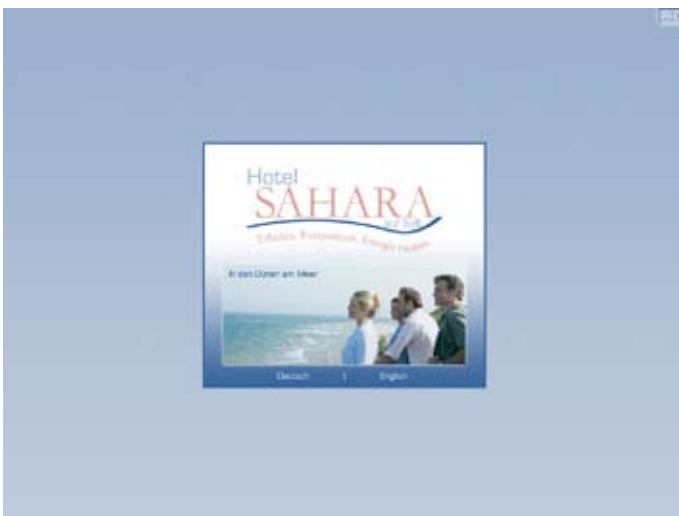
iMac
2,4 Ghz Intel Core 2 Duo
3 GB DDR2 SDRAM

Software

Adobe Photoshop CS
Adobe Illustrator CS
Adobe InDesign CS
Adobe Flash CS 3

Screens

Home



Lage



Zimmer



Gastronomie



Screens

Buchen

Hotel SAHARA auf Sylt

Wir machen es Ihnen leicht: Buchen Sie Ihre Zimmer online. Gemeinsam mit unseren Partnern können Sie auch direkt Ihre Bahnfahrt oder Ihren Leihflug planen.

Hilfsartikel und Verfügbarkeits prüfen

Geben Sie bitte Ihre Reisedaten ein:

Anreisedatum:

Abreisedatum:

Anzahl der Zimmer:

Zimmer-Art:

Anreise:

Name *

Straße

PLZ Ort

Land

E-Mail *

Telefon *

Hotell

Hotelladresse

Reservierung 5
Kilometersaaten

Hotell: (0 46 91) 5 50 01 02
Fax: (0 46 91) 5 50 01 02

Neuerscheinung: [Thema: Hotel Sahara auf Sylt](#)

Verfügbarkeit prüfen

Suchbegriff:

Suchbereich:

News

Hotel SAHARA auf Sylt

Abonnieren Sie unseren Newsletter und erhalten Sie exklusiv alle Neuigkeiten und aktuelle Specials jeden per E-Mail.

Newsletter abonnieren:

Name *

Straße

PLZ Ort

Land

E-Mail *

Telefon *

Hotell

Hotelladresse

Informations zu:

Veranstaltungen

Kurzreisen

Arrangements

Touren

Reservierung 5
Kilometersaaten

Hotell: (0 46 91) 5 50 01 02
Fax: (0 46 91) 5 50 01 02

Neuerscheinung: [Thema: Hotel Sahara auf Sylt](#)

Verfügbarkeit prüfen

Suchbegriff:

Suchbereich:

Kontakt

Hotel SAHARA auf Sylt

Hotel "Sahara" auf Sylt

Thomas Martin
Olwe 7
21996 Kampen
Tel: (0 46 91) 5 50 01 02
Fax: (0 46 91) 5 50 01 02
E-Mail: thomas.martin@sahara.sylt.de
Internet: www.sahara.sylt.de

Reservierung 5
Kilometersaaten

Hotell: (0 46 91) 5 50 01 02
Fax: (0 46 91) 5 50 01 02

Neuerscheinung: [Thema: Hotel Sahara auf Sylt](#)

Verfügbarkeit prüfen

Suchbegriff:

Suchbereich:

Impressum

Hotel SAHARA auf Sylt

Verantwortlich für diese CD-ROM:

Thomas Martin
Altenhofstraße 7
21996 Kampen

Aufgabenstellung:

Zweck: Fachwissen
Ermittlung Druck- und Medien
Schriftlicher Abw 200
31111 Kassel

Inhaltsgewandtheit:

Inhalt: Der Inhalt dieser CD-ROM wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Es kann jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit und Aktualität der bereitgestellten Informationen übernommen werden. Es wird jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung dieser CD-ROM entstehen, ausgeschlossen.

Links führen auf der CD-ROM Links direkt oder indirekt auf fremde Internetseiten. Bitte für den Inhalt dieser Webseiten keine Haftung übernehmen.

Urheberrechte: Alle Texte, Bilder, Grafiken und sonstige in dieser CD-ROM enthaltene Inhalte unterliegen dem Urheberrecht und anderen Rechten zum Schutz der geistigen Eigentums. Die dürfen in keinem der erlaubten Verfahren genutzt werden, jedoch außer für den persönlichen oder den Hausgebrauch. Diese werden nicht auf andere Personen übertragen werden. Durch diese CD-ROM wird keine Lizenz zur Nutzung dieser geistigen Eigentums an Dritte erteilt.

Alle Rechte vorbehalten.

Reservierung 5
Kilometersaaten

Hotell: (0 46 91) 5 50 01 02
Fax: (0 46 91) 5 50 01 02

Neuerscheinung: [Thema: Hotel Sahara auf Sylt](#)

Verfügbarkeit prüfen

Suchbegriff:

Suchbereich:

Impressum

Mediengestaltung für Digital- und Printmedien

Mediendesign, Nonprint
Abschlussprüfung Winter 2007/08

Konzeption & Gestaltung eines Medienprodukts

Tilman Reuter
Prüfungsnummer: 142

Aufgabenstellung

Zentral-Fachausschuss
Berufsbildung Druck und Medien
Wilhelmshöher Allee 260
34131 Kassel

