

Weitere Links zur Inspiration

Design

Snøhetta

<https://snohetta.com>

Oh Yeah Studio

<http://www.ohyeahstudio.no>

<https://vimeo.com/ohyeahstudio>

Neue Design Studio

<http://www.neue.no>

Heydays

<https://heydays.no/project/city-bikes/>

DOGA - Design and Architecture Norway

<https://doga.no/en/>

From Up North

<https://fromupnorth.com/beautiful-poster-designs-1196-2da354b06893>

Poster-Norway

<https://www.pinterest.de/pospag/poster-norway/>

Museen

Nationales Museum für Kunsthandwerk und Design

<https://nkim.no/de>

Nasjonalmuseet

http://vy.nasjonalmuseet.no/?collection=painting_subject

<http://www.nasjonalmuseet.no/en/>

<https://www.youtube.com/watch?v=LqVEhqwIqHo>

<http://www.contemporaryartdaily.com/tag/norway/>

<https://theculturetrip.com/europe/norway/articles/norway-s-best-artists-and-where-to-find-them/>

Norwegen

<https://en.wikipedia.org/wiki/Norway>

<https://www.visitnorway.com/things-to-do/art-culture/>

Go Viking

<https://www.youtube.com/watch?v=92DncqHTwhc>

Sami People

<http://nordligefolk.no>

https://en.wikipedia.org/wiki/S%C3%A1mi_people

The Royals

<https://www.royalcourt.no/fotoalbum.html?tid=28779&sek=28634>

<https://www.royalcourt.no/index.html?tid=27487&sek=27257>

Musik

<https://www.visitnorway.com/things-to-do/art-culture/edvard-munch/munch-plus-music/>

<https://youtu.be/RvkZSuLzq5U>

Fashion

The Bergen Designer T-Michael

<https://www.youtube.com/watch?v=r7kGvANEzu8>

<https://youtu.be/ovq3hCR4iBY>

<http://www.t-michael.com>

LA River "Its Cold In Norway" Rjukan!

<https://youtu.be/oQYIzUe7aAw>

HAiKw/

<http://www.haikwithus.com>

<https://www.instagram.com/haikwithus/>

Architektur

<https://www.dezeen.com/tag/norway/>

Wichtig! Die kleine Check-Liste vor der Abgabe

- J Ist die Idee im Sinne der Willkommens-Idee umgesetzt?
- J Sind die Klippen üblicher Klischees wie Apfelweinglas oder Goethe in Verbindung mit den Klischees des Gastlandes erfolgreich umschifft worden?
- J Sind alle Logos richtig eingefügt?
- J Sind die Standards richtig gut lesbar (Logos, Willkommensgruß)?
- J Sind bei Verwendung von Fotos, Illustrationen und Grafiken die Urheberrechte geklärt bzw. liegt bei Abbildungen von Personen die Einwilligung zur Verwendung vor?
- J Kann ich einen Plagiat-Vorwurf ausschließen? Ein Plagiat führt unweigerlich zum Ausschluss. Eigentliche Siegermotive musste die Jury deshalb schon disqualifizieren.

Das Plakat.

Analog plakativ.

In der Komplexität unserer Medien ist das Plakat eines der schönsten, aber auch eines der einsamsten Medien. Es spricht mit uns, wenn es gut ist. Bittet um unsere Aufmerksamkeit. Ja es bietet sich auch manchmal an. Wir können seine Nachricht empfangen – aber nicht antworten.

Es gibt keine Möglichkeit einem Plakat direkt zu antworten. Da hängt es dann stumm und dumm. Ein stummer Diener der digitalen Medien, das, wenn es Pech hat, auch noch alle 30 Sekunden im Nichts verschwindet, um dann plötzlich, gut durchleuchtet wieder aufzutauchen.

Zu was ist ein Plakat eigentlich fähig?

Das Plakat hat eine ungeahnte, oft verkannte Kraft. Es kann eine Idee in die Köpfe der Betrachter pflanzen. Schnell, plötzlich und kraftvoll – direkt in das Herz oder Hirn. Und da arbeitet sie dann, nagt an uns. Weckt plötzlich Begehrlichkeiten, Sehnsüchte oder ein ungestümes Verlangen. Direkt, gnadenlos und erkenntnisreich.

Was ist ein Plakat?

Ein Plakat ist wie eine Kurznachricht auf Papier. Nein keine analoge SMS. Eher der stille, grelle Blitz, der ein Gewitter ankündigt. Der Bruchteil einer Sekunde genügt, um uns klar zu machen, was kommen wird. Ein Plakat verwendet gelernte Symbole und Bildwelten in neuen Zusammenhängen, um eine Idee, ein Anliegen oder eine Kritik zu vermitteln. Ein Plakat kann wortgewaltig sein, wenn es versteht, das geschriebene Wort, die Sprache, richtig für die eigene Sache zu nutzen. Die eigene Sache? Damit ist logischerweise die Vermittlung einer Nachricht an den Betrachter mittels einer brillanten Idee gemeint.

Woher kommt die Idee mit einem Plakat etwas mitteilen zu wollen?

Das Plakat erbringt zum ersten Mal im 16. Jahrhundert eine Kommunikationsleistung um einen Befreiungskampf zu unterstützen. Die Niederländer erfinden es im Kampf gegen die spanische Krone indem Flugblätter mit Leim an die Mauern „geplakt“ wurden. So entstand der Name „Plakkaat“ in der holländischen Sprache. Später wurde daraus in unserer Sprache „Plakat“.

Dazu noch ein Hinweis in eigener Sache: Die Plakate zur Begrüßung des Gastlandes der Buchmesse müssen, wenn sie „geplakt“ werden, als Grundvoraussetzung einen klar zu erkennenden Absender, also die Buchmesse sowie das Gastland der Buchmesse enthalten. Das geschieht über die Platzierung der vorgegebenen Logos. Sie sollten nicht versteckt werden, denn auch im Befreiungskampf muss Flagge gezeigt werden

Wie lange schaut man hin?

Drei bis fünf Sekunden ist die durchschnittliche Kontaktdauer eines Plakats. Was in diesem kurzen Flirt zwischen Sender und Empfänger nicht verstanden wird, kommt nie an. Keine Botschaft hat die Chance sich selbst noch zusätzlich zu erklären, das gibt das Medium und das knappe Zeitfenster nicht her. Sie muss verständlich sein, aber nicht zu einfach. Interessant und eindringlich charmant vermitteln, um was es geht. Sie kann auch provokant sein, um verstanden zu werden. Um das zu erreichen, muss die Kernbotschaft definiert werden, die auf einer tragenden Idee, wie auf einer wunderschönen Welle im Sonnenuntergang surfend, uns entgegen kommt.

Wie vermittele ich, was ich zu sagen habe?

Zum Glück bieten uns Sprache und Gestaltungsdisziplinen eine fast unendliche Anzahl an Möglichkeiten für die Umsetzung. Weniges, aussagekräftig und ausdrucksstark gestaltet, bringt mehr als undefiniertes, sinnlos arrangiertes Geblubber auf der Fläche. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“, ist nach wie vor zutreffend. Ein Visual sollte in seiner Komplexität absolut schlüssig bleiben oder ganz reduziert im Sinne von „plakativ“ auftreten. Nicht zu verstehende Komplexität oder Banalität führt zum schnellen Ausstieg des Rezipienten. So bleibt dann eine gute Sache auf der Strecke, weil sie nicht als gute Sache verstanden wird.

Komposition

Die dezidierte Aufgabe ist die Vermittlung einer Botschaft, deren Wahrnehmung zu einer Entscheidungsfindung des Rezipienten beitragen soll. Der Auftrag ist also nicht die Darstellung im eigentlichen Sinn, es geht um die Wirkung, die damit zu erzielen ist. Die Erkenntnisse der Kompositionslehre zu beachten bedeutet die Wahrnehmung zu fördern. Wir können damit Spannungsfelder erzeugen, die Aufmerksamkeit bewirken und die Aufnahmebereitschaft fördern. Das ist der erste wichtige Schritt auf dem Weg zum Erfolg. Darauf folgt die Fokussierung.

Konzentration auf einen Punkt ist die Grundbedingung für gute Kommunikation. Indem ich Linien, Formen, Farben, Typografie in Verbindung mit Größe, Nähe, Ferne gegensätzlich oder im Gleichklang einsetze entsteht ein Ordnungsprinzip mit dem sich Gewichtungen erzeugen lassen. Eine so gesetzte Komposition kann beispielsweise die Reihenfolge der Aufnahme von Informationen steuern. So lassen sich die Wahrnehmung und daraus folgende Schlussfolgerungen steuern.

Deutsches Plakat Museum:

<http://www.nrw-museum.de>

unter Ort „Museum“ und „deutsches plakat museum“ auswählen

Theorie:

[http://www.uni-](http://www.uni-kiel.de/psychologie/psychophysik/mausfeld/Wahrnehmung_Theorieperspektiven.pdf)

[kiel.de/psychologie/psychophysik/mausfeld/Wahrnehmung_Theorieperspektiven.pdf](http://www.uni-kiel.de/psychologie/psychophysik/mausfeld/Wahrnehmung_Theorieperspektiven.pdf)

http://de.wikipedia.org/wiki/Kulturelle_Symbolisierung

<http://bauhaus-online.de/atlas/personen/johannes-itten>

<http://www.uni-bielefeld.de/lili/kumu/farbenlehre->

[kueppers/de/farbentheorie/farbenlehre_in_vergangenheit_und_zukunft.html](http://www.uni-bielefeld.de/lili/kumu/farbenlehre-)

http://archive.org/stream/punktun00kand/punktun00kand_djvu.txt

<http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/5758>

Michael Eibes (www.eibes.com), Dipl.- Kommunikations-Designer, geboren in Frankfurt am Main, arbeitet mit Vorliebe an Aufgaben der Business to Business Kommunikation. Dienstleistungen und Produkte effizient und flexibel auf den Punkt des Verstehens und Mögens zu bringen sieht er als eine Herausforderung. In seinem Design Büro entwickelt er mit seinem Team authentische, auf den Kunden, seine Biographie und seine Marktorientierung zugeschnittene Strategien.