

Konzept „Die Farben der Zeit“/ „The colors of time“

Mein Motto "NEU, MODERN, FUNKY"!

Die Aufgabe, im Rahmen des „fahr(T)raum STUDENTS AWARD“ ein Werbeplakat für die Ausstellung "Meilensteine der Mobilität" für die fahr(T)raum-Erlebniswelt von Ferdinand Porsche zu entwickeln, löste ich anhand von drei hochformatigen Entwürfen im DIN A1-Format. Ich habe die zur Verfügung gestellten Fotodateien der Automobile genutzt, besonders den Austro Daimler Torpedo aus dem Jahr 1929, da mir dieser persönlich von der Farbkonstellation am besten gefiel und ich ihn mir sehr gut für meine Entwürfe vorstellen konnte. Ich habe die Frontal-, Profil- und Halbprofilansicht freigestellt, um sie barrierefrei für das Plakat nutzen zu können. Bei den drei Entwürfen habe ich immer alle drei Ansichten benutzt, verschiedene Größen verwendet und mal mehr, mal weniger im Anschnitt angeordnet, um die Details hervorzubringen und zu präsentieren, auf die die jeweilige Ansicht fokussiert ist.

Ich habe für die Headline die serifenlose Schriftart Antarctic Headline genutzt - im ersten Plakat im Schriftschnitt Black, im zweiten Entwurf im Schriftschnitt Semibold und im dritten in Bold. Die Schrift steht durch ihr Erscheinungsbild fest im Raum des Plakats, ist in weißer Farbe gut zu lesen und trifft eine eindeutige Aussage über das Thema des Plakats. Ich habe außer der Headline keinen weiteren Text hinzugefügt, weil ich den Fokus auf die Gestaltung und kompositionelle Zusammensetzung der Automobile im Raum legen wollte.

Nun zur farblichen Gestaltung: Das Ziel war es, die historischen Automobile für die Ausstellung „Meilensteine der Mobilität“ in zeitgenössischem Grafikdesign in Form von Werbeplakaten zu setzen, um die gegensätzliche Ästhetik von damals und heute darzustellen. Dazu habe ich das ausgewählte Auto in dreifacher Ansicht auf dem Plakat positioniert und mehrere Layer von Farbverläufen im Polytone darübergerlegt. Der Polytone ist einer der neusten Trends im Grafikdesign und passt in seiner begrenzten Farbpalette zum Semi-Flat-Design.

Im ersten Entwurf besteht der Hintergrund aus einer dunklen violetten Farbfläche und aus zwei Ansichten des Autos im Duotone, zusammengesetzt aus Violett und Orange. Diese Elemente zeigen weitere Details des Autos im Vordergrund, lenken jedoch nicht davon ab. Der Fokus liegt des Weiteren durch den Quadtone aus Gelb, Violett, Orange und Dunkelblau auf dem Auto bzw. der Ansicht des Autos im Vordergrund.

Der zweite Entwurf besteht aus einer Farbfläche mit ungefähr dem gleichen Farbton wie im Hintergrund des ersten Entwurfs und erneut drei unterschiedlichen Ansichten des Austro Daimler Torpedos, auf dem in diesem Fall ein Layer mit einem Tritone aus Gelb, Rot und Dunkelblau liegt. In diesem Entwurf liegt die Frontalansicht als einzige im Hintergrund, der Vordergrund besteht aus der Halbprofil-Ansicht im unteren Bereich des Plakats und der Profil-Ansicht im Oberen.

Im dritten Entwurf habe ich einen Monoton, bestehend aus einem weinroten Ton und Weiß, benutzt, der sich über alle Elemente des Plakats zieht. Um den Fokus trotzdem auf dem vorderen Auto zu legen, habe ich bei diesem die Helligkeit und den Kontrast erhöht, sodass die Weißtöne des Autos besser hervorstechen. Auf dem weinroten Hintergrund befinden sich außerdem die Halbprofil- und Frontalansicht des Autos.

Bei den drei Entwürfen setze ich auf den Kontrast zwischen dem eher dunkleren Hintergrund und den knalligen Farben der Polytones auf den Automobilen, wodurch diese in den Fokus gerückt werden und die Meilensteine der Mobilität auf dem Werbeplakat ideal in Szene gesetzt werden.