



Paula's
Garden

Designkonzeption

von Nele Tabea Honnef

Inhalts- verzeichnis



Briefing	4	Konkurrenz- analyse	6
Wirkungs- intention	8	Logo	10
Typografie	12	Farben	14
Formen	20	Bildwelt	23
Nach- haltigkeit	25	Internet Auftritt	26
Umsetzung	30	Quellen	34

Briefing

Projekt: Paula's Garden

Das alteingesessene Gartencenter Gerken in Worpswede bei Bremen hat ein Problem: Seine Kundinnen und Kunden werden immer älter. Um neben der treuen Stammkundschaft außerdem eine weitere, jüngere Zielgruppe anzusprechen, bietet das Unternehmen unter der neuen Marke „Paula's Garden“ nun erstmals Workshops an, deren Inhalte über unterschiedliche Kanäle veröffentlicht werden sollen.

Zielgruppe:

gut situierte jüngere Menschen ab 30 Jahren

Designkonzeption:

Das Gartencenter gibt bei Ihnen für die neue Marke „Paula's Garden“ eine Designkonzeption in Auftrag. Die Designkonzeption soll auf dem bereits vorhandenen Logo aufbauen.

Entwickeln Sie für das Designkonzept auch eine entsprechende Formsprache, Typografie und Farbwelt. Übertragen Sie dieses Konzept beispielhaft auf:

- CityLights für digitale (mit Bewegtbildanteil) und gedruckte Version
- Klassische Printwerbung (Flyer, Postkarten,...)
- digitale Medien (Website, Social Media)
- sonstige Anwendungen (Einwickelpapier, Verpackungsmaterial, Merchandising-Produkte mit Nachhaltigkeitsschwerpunkt)

Die von Ihnen konzeptionierten Medienprodukte brauchen nur grob skizziert oder gescribbelt zu werden.

Für die Entwürfe der Medienprodukte können Sie aus dem Material im Verzeichnis „AP_MG_SO_25/AV/KONZEPTION/Teil_a/Informationstexte“ Textbausteine entnehmen oder Blindtext verwenden. Das Logo „Logo.pdf“ und Bildmaterial finden Sie im Verzeichnis „AP_MG_SO_25/AV/X_DATEN“.

Zusätzlich dürfen Sie, falls benötigt, eigenes Grafikmaterial verwenden. Modifizierungen bzw. Veränderungen sind zulässig – das Logo ausgenommen. Urheberrechte sind zu beachten und in Ihrer Designkonzeption mit anzugeben.

Die Verwendung und Auswahl von Grafiken, Farben, Formen und Typografie ist freigestellt. Stellen Sie Ihr Konzept anhand von Skizzen, Ausdrucken oder digitalen Entwürfen dar.

Begründen Sie in Ihrer Designkonzeption:

- Ihre Gestaltungsidee,
- den Einsatz von Grafik, Farben, Formen, Bildern und Typografie

Wichtige Hinweise:

Die Medienprodukte **müssen nicht** produktionsfähig umgesetzt werden.

Achten Sie auf gestalterische Durchgängigkeit des Konzepts. Das Designkonzept soll **keine** weiteren Zielgruppenbeschreibungen und auch **keine** Marktanalyse enthalten. Eine Wettbewerbsanalyse unter grafischen Gesichtspunkten kann erstellt werden.

Abzugeben sind:

- Die Designkonzeption, mit einer Inhaltsgliederung versehen, in gedruckter (z.B. Laserausdruck) und gebundener Form. Die äußere Form der Designkonzeption fließt nicht in die Bewertung ein.
- Eine PDF-Datei der Designkonzeption (je nachdem, wie mit dem Prüfungsausschuss vereinbart, auf CD-ROM oder als Upload)

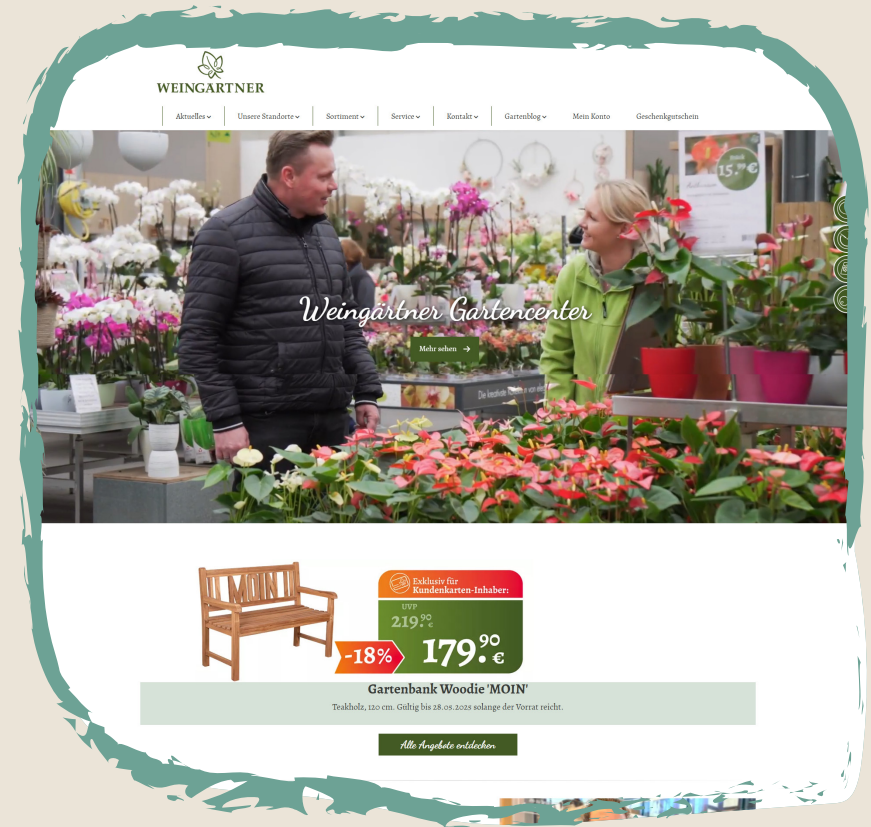
Konkurrenzanalyse

In der Umgebung von Worpsswede gibt es zwar für Blumenfreunde ein Angebot von Floristen, Baumschulen und sogar eines anderen Gartencenter in der Nähe, jedoch hebt sich Paula's Garden als Gartencenter besonders mit Workshops hervor.

Ein Schwachpunkt, den Paula's Garden nutzen kann, ist das Internet (mehr dazu auf Seite 26). Während Konkurrenten eine Website besitzen, ist schnell klar, dass nicht viel Wert auf sie gelegt wird und nur die allernötigsten Unterseiten und Elemente einfach angeordnet sind.

So findet man vermehrt auf der Startseite einen einfachen Text was man macht, dann ein paar schöne Bilder, eine Möglichkeit einen Gutschein zu kaufen und auch eine Unterseite für den Kontakt ist da. Nichts, was also ansatzweise durch ansprechendes Design im Kopf bleiben würde.

Es scheint so, als wären die Websites nur dafür da, um zu zeigen, dass man im Internet vertreten ist und um die Adresse zu zeigen. Paradebeispiel ist hier die „Blumeninsel in Worpsswede“.



Wer sich aus der Konkurrenten Websites hervorhebt, ist das Gartencenter „Weingärtner“. Es ist klar, dass hier probiert wurde, eine ansprechende Website zu erstellen: Es werden einheitliche Designelemente verwendet und es gibt außerhalb des Sortiments auch einen Gartenblog. Dennoch ist diese Seite kein glänzendes Beispiel. Durch die extrem vielen Informationen, alleine in der Navigationsleiste (6 Unterseiten + Mein Konto und Geschenkgutschein), geht schnell die Übersicht verloren. Einen Pluspunkt bekommen die Weingärtner dennoch im Bereich von Social Media. Durch regelmäßiges Posten haben sie auf Instagram über 5000 Follower.

Wirkungsintention

Das Design von Paula's Garden soll einladend, freundlich und gemütlich wirken.

Zudem soll es eine Assoziation mit der Natur hervorrufen und das Künstlerische von Paula Modersohn-Becker und Worpswede einbeziehen.

Dies wird mit mehreren Überlegungen erzielt.

Organische Formen, die sich durch eine „gemalte“ Kontur hervorheben, zeigen die malerischen Züge, die Paula in ihren Werken hatte. Dies wird auch in der handschriftlichen Font „hello bloomie script“ aufgenommen, die persönlich und kreativ erscheint.

Farben sind einladend und beruhigend, da sie nicht schrill, sondern eher matt und pastell-ähnlich sind. Die Wirkung wird durch einen Zusammenhang zur Natur unterstützt.

Paulas Design soll neugierig machen, um so neue Kundenschaft zu gewinnen. So können Bilder von Workshops benutzt werden um einen Vorgeschmack auf das nächste selbstgemachte Projekt zu erhalten.



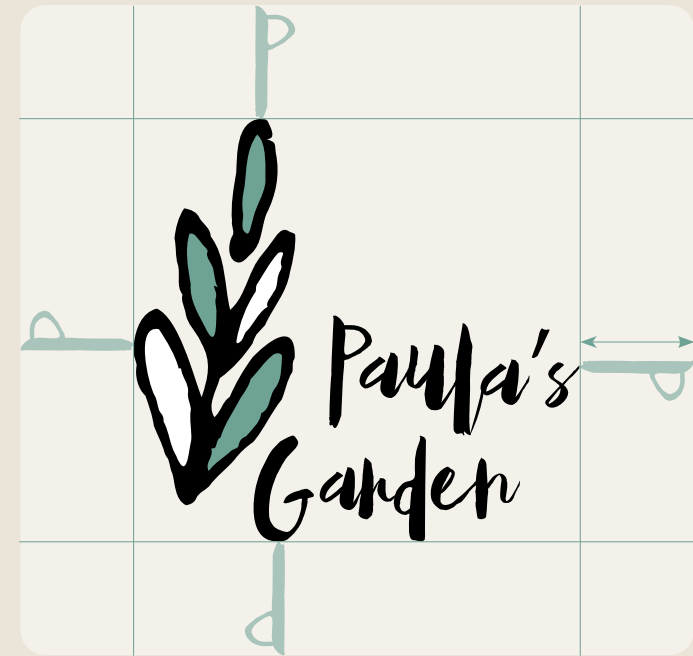
Logo

Das Logo von Paula's Garden spiegelt das Unternehmen wieder. Durch die handschriftliche Wortmarke und der selbstgemalten Bildmarke wirkt das Logo einladend und persönlich.

Hier ist es wichtig, bei crossmedialer Benutzung das Logo so darzustellen, dass es einen hohen Wiedererkennungswert bringt. So kann auf Flyern zum Beispiel das gesamte Logo verwendet werden, für Profilbilder für Social Media Kanäle jedoch nicht.

Profilbilder sind sehr klein und werden meist auf Handys betrachtet, wodurch die gesamte Wort- und Bildmarke zu klein wäre, um gut sichtbar zu sein. Als Alternative kann in diesen Fällen nur die Bildmarke verwendet werden. Ein guter Grund, warum auf Social Media nur die Bildmarke verwendet werden sollte, ist die verkürzte Aufmerksamkeitspanne der User auf Social Media. Ein einfaches Profilbild ist leichter zu merken, besonders wenn man viel Content innerhalb wenig Zeit aufnimmt.

Profilbilder Vorschläge



Schutzzone

Die Schutzzone setzt sich aus dem „P“ der Wortmarke zusammen. So wird bei jeder Größe des Logos proportional der gleiche Mindestabstand zu anderen Elementen benutzt, damit das Logo immer gut sichtbar ist.

Einfarbige Logo Alternative

Ob beim Faxen oder bei einem extrem dunklen Hintergrund: ein einfarbiges Logo ist ein Muss. Das Logo soll selbst beim Schwarz-Weiß-Drucken und Kopieren immer gut sichtbar bleiben. Auf dunklen Hintergründen besteht die Gefahr, dass das Logo nur schlecht oder gar nicht erkennbar ist.



Typografie

Andika

Die Andika ist eine moderne serifenlose Schrift, die durch ihre Kurven organisch und freundlich erscheint. Sie wird für Fließtext und Subheadlines benutzt, da sie auch klein gut zu lesen ist. Neben Andika regular gibt es sie auch in bold, italic und bold italic, wodurch auch innerhalb eines Textes Stellen hervorgehoben werden können.

r
a

Hello Bloomie Script

Die Hello Bloomie ist eine handschriftliche Font, die der Logo Schrift „Mellows“ sehr ähnlich sieht. Ihre Ähnlichkeit führt zu einer besseren Wiedererkennung. Durch ihre kalligrafischen Züge und durch ihrer Brushpen-artigen Aussehen wirkt sie sehr persönlich, besitzt jedoch auch einen edlen Touch. Sie wird für Überschriften verwendet, da sie nicht gut lesbar im Fließtext ist. Zwar ist sie nur in regular verfügbar, dies ist hier jedoch kein Problem; da sie nur in Überschriften, also ohne Hilfe groß und auffallend, zu sehen ist.

o
h

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ZÄÖÜ |18pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü

0123456789 |18pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ |12pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü |12pt

0123456789 |12pt

Paula's Garden ist ein kleines spezialisiertes Gartencenter, das zu jeder Jahreszeit ein vielfältiges Angebot an Pflanzen, Kübeln und Schalen für Garten, Balkon und Innenräume anbietet. Außerdem lädt ein ausgesuchtes Sortiment an Erden, Werkzeugen, Düngemitteln bis zum Gartenhandschuh zum Stöbern ein. Auf 8000 Quadratmetern findet sich alles, was das Gärtnerherz begehrt. Außerdem gibt es passend zur Jahreszeit Insider-Gartentipps und frische Deko-Ideen. |10pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZÄÖÜ

|24pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü

0123456789 |24pt


ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
TUWVXYZÄÖÜ |20pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
|20pt


Primärfarben

Die Primärfarben setzen sich aus vier Farben zusammen. Jede Farbe steht für die Natur – sei es Grün wie Blätter, Braun wie Erde oder die Rinde der Bäume. Sie alle passen perfekt zu Paula's Garden.


Die matten Farben unterstützen ein beruhigendes Feeling.




Paula's Grün ist das gleiche matte Hellgrün wie das aus den Blättern des Logos (daher auch der passende Name). Durch wiederholte Verwendung dieses Grüns wird ein guter Wiedererkennungswert geschaffen.



Künstler Grün ist eine helle Abstufung von Paula's Grün. Benannt ist das Grün nach dem Fakt, dass Worpsswede als eine „Künstler Kolonie“ bezeichnet wird.

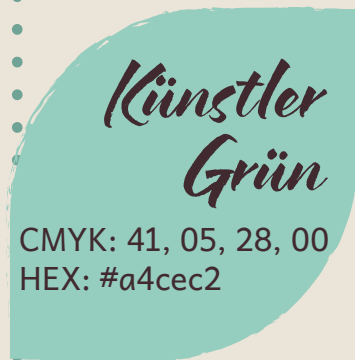


Kiefern Braun ist die dunkelste Farbe der Primärfarben. Sie wird als Ersatz zu Schwarz verwendet, da Schwarz besonders harsch erscheint. So gibt es Schwarz als Farbe nur im Logo, wodurch sich das Logo besonders abhebt, während das Kiefern Braun dennoch genug Tiefe als kontrastreiche Farbe bietet. Das Braun ist für das Auge angenehmer zu lesen, besonders auf Kamille weißem Hintergrund sorgt es für einen harmonischen und gemütlichen Look. Der Name stammt von dem einheimischen Baum.



Kamille Weiß wird hauptsächlich für einfarbige Hintergründe verwendet oder als Schrift auf dunklem Hintergrund; sie fungiert also als Alternative zu einem normalen, steril erscheinendem Weiß. Durch die leichte Färbung wirkt die Farbe wie ein warmes Weiß, was passend zur eingelebten und gemütlichen Wirkungsintention ist. Da es durch das Kamille Weiß kein reines Weiß gibt, hebt sich das Weiß im Logo bei jeder Hintergrundfarbe ab.

Der Name stammt von der einheimischen Heilpflanze Kamille.



Normale Sicht				
Grünblindheit				
Rotblindheit				
Blaubindheit				



CMYK:
38, 00, 73, 00
HEX: #b2cf65

CMYK:
00, 41, 45, 00
HEX: #f6ac8b

CMYK:
00, 06, 54, 10
HEX: #eeda85

CMYK:
53, 03, 23, 00
HEX: #80c6cb

Simulation Farbenblindheit

Die Farben sind für Personen mit einer Sehbehinderung durch Kontraste sichtbar, was für eine gute Barrierefreiheit sorgt und Paula's Garden für jeden zugänglich macht.


				Normale Sicht
				Grünblindheit
				Rotblindheit
				Blaubindheit

Sekundärfarben


Desweiteren bieten vier extra Farben, die Möglichkeit, Design an Jahreszeiten anzupassen. So kann zum Beispiel ein Herbstkalender in Wildrosen Rot oder eine Anzeige für den Frühlingsworkshop im Glöckchen Grün dargestellt werden. Es kann aber auch zur Übersicht verwendet werden, um einfach sichtbar zu machen, welche Workshops zu welcher Jahreszeit angeboten werden.

Da sie im Vergleich zu den Primärfarben sehr bunt und auffälliger erscheinen, sollten sie sparsam verwendet werden, zum Beispiel für Störer oder an kleinen Stellen als Highlights.


Die Namen sind passend zu den Jahreszeiten nach einheimische Blumen benannt, die in dieser Zeit blühen.




Glöckchen Grün steht für den Frühling, benannt nach Maiglöckchen. Das frische Grün soll das erneute Erwachen der Blumen, die ersten kleinen Blätter, die im Frühling durch den Schnee brechen, darstellen. Glöckchen Grün ist das wärmste Grün der Farben.



Königskerzen Gelb repräsentiert den Sommer. Die helle Farbe zeigt die Sonne und Wärme der Jahreszeit und bringt Freude mit sich.



Wildrosen Rot zeigt die Farbe des Herbstes. Da eine rötliche Farbe oft mit den fallenden Blättern im Herbst verbunden ist, passt sie hier perfekt.



Blaustern Blau ist für die kälteste Jahreszeit: den Winter. Blau, da der Winter mit Kälte in Verbindung gebracht wird.

Sekundär- auf Primärfarben



Formen

Es bieten sich organische Formen bei der Verwendung an. Diese besitzen eine wie gemalte Umandung, die die Formen noch persönlicher aussehen lassen, da sie wie gemalt erscheinen. Durch gemalte Elemente wird eine Verbindung zu der Künstlerin Paula Modersohn-Becker, nach der Paula's Garden benannt ist, aufgebaut. Nicht nur das: gemalte Kanten können auch an selbstgemachte Projekte erinnern, dies passt zu den Workshops, die angeboten werden.

Organische Formen erinnern zudem an die Natur, mit ihrer Vielfalt an Formen.

Die Formen dürfen verschieden skaliert am Rande von Erzeugnissen, wie Flyern, verteilt als Gestaltungselement benutzt werden. Ein weiterer Einsatzbereich ist es, ein Bild in ihnen einzufügen. Es dürfen Formen neu erbaut und angepasst werden. Das ausschlaggebende der Formen ist die gemalte Kante.

Neben den organischen Formen gibt es noch spezifische Formen, die Naturelemente darstellen.



Beispiele von Bildern in den Formen

Organische Formen



Naturformen: Bienenwabe und Blätter



Paulas Störer ist in der Form einer Blume. Da diese Form nicht gängig ist, sticht sie heraus und bleibt im Kopf des Betrachters. Wenn es um die Ankündigung für einen neuen Workshop geht, wird dieser farblich an die Jahreszeit angepasst. Der Störer darf gedreht werden. Um sich weiter vom Hintergrund abzuheben, wird ein leichter Schlagschatten verwendet.



- Für Unterteilungen und als Designelement (hier als Stamm zu sehen) werden gepunktete Linien anstelle von durchgezogenen Linien verwendet. Die Dicke ist frei anzupassen.
- Eine gepunktete Linie erscheint freundlicher und organischer als eine hart trennende durchgezogene Linie. Zudem lockert sie durch die freien Stellen zwischen den Punkten das Design auf.

Wenn Schrift durch unruhigen oder schwer zu erkennenden Hintergrund gehindert wird, wird ein Brushstroke zu Hilfe genommen. Der Pinselstrich wird hinter die Schrift gelegt, damit die Schrift wieder gut sichtbar wird. Hier wird das immer wiederkehrende Element des selbstgemalten Aussehens aufgegriffen.



Bildwelt

Fotografien

Es werden hauptsächlich Bilder von Blumen gezeigt, da es um den Gärtnerbereich geht. Es soll so natürlich aussehen wie möglich, weswegen es nur bei Ausnahmen (wie zum Beispiel ein gruselig bearbeitetes Halloween Blumenbild) zu starken Farbänderungen kommt. Bei besonders blassen Bildern darf jedoch nachgeholfen werden, um die Farben der Blumen in ein realistisches, aber farbenfrohes Bild zu verwandeln.



Bilder, die die Workshops zeigen, sollen hingegen (Einstimmung der Teilnehmer vorausgesetzt), die Teilnehmer und den Workshopleiter während der Arbeit zeigen. Natürlich dürfen hier nicht die individuellen Endprodukte fehlen! Dadurch wird die Freude an den Paula Workshops gezeigt und macht neugierig. Mit den Bildern soll erreicht werden, dass jemand beim Sehen denkt „Wow, das will ich auch mal machen!“.



Illustrationen

Illustrationen greifen das Künstlerische, das Paula Modersohn-Becker ausmachte, auf. Es wird, wie bei den Formen, mit einem gemalten Look gearbeitet. Durch diese Elemente wird ein guter Wiedererkennungswert geschaffen. Illustrationen, von zum Beispiel Workshopthemen, bieten sich für Karten und Poster an.

Icons

Icons dienen der Übersicht und sind als hilfreich zu betrachten. Sie können beispielsweise das Wort, Datum oder Ort durch einfache Symbole ersetzen.



Die Icons werden, da sie meist kleiner gezeigt werden, nicht mit den typischen Pinselstrichen gezeigt, sondern ergeben sich aus einfachen glatten Strichen. Sie sind so eine Balance zu den umrandeten Formen, wie man sie zum Beispiel auf der linken Seite sieht.

Nachhaltigkeit

Mit Nachhaltigkeit bei der Umsetzung, zeigt Paula's Garden, dass Natur nicht nur gezeigt, sondern auch wirklich gelebt und respektiert wird.

Wie sich Paula's Garden für Nachhaltigkeit einsetzt, kann auf der Webseite dargestellt werden.

Umweltbewusstsein lässt durch Nachhaltigkeit beim Druck umsetzen.

Recyceltes Papier für Printprodukte ist wichtig, da man die Nachhaltigkeit fühlen möchte. Ein glänzender Flyer erscheint der Zielgruppe also nicht authentisch – im Gegensatz zu einem Flyer oder einer Broschüre aus Recyclingpapier.

Mit der Kennzeichnung eines blauen Engels (*basiert auf DIN EN ISO 14024 „Umweltkennzeichnungen und -Deklarationen - Umweltkennzeichnung Typ I - Grundsätze und Verfahren (ISO 14024:2018)“*), zeigt man die Verwendung von 100% Recyclingpapier und bestimmten Vorgaben bei den Druckfarben.

Besondere Gutscheine oder Flyer werden auf einpflanzbarem Papier gedruckt. Ein eingelöster Gutschein oder Flyer kann nach dem Event eine neue Funktion erhalten – er kann im Garten oder auf dem Balkon eine kleine blühende Freude schaffen.

So bringt Paula's Garden langfristig Freude in den Garten – und bleibt zudem auch noch länger in Erinnerung!

Internetauftritt

Die Zielgruppe ist im Internet aktiv und sucht dort nach Inspirationen für Blumendekoration und weitere kreative Projekte rund um den Garten. Durch einen seriösen Auftritt durch Social Media Kanäle und eine ansprechende Website kann Paula's Garden nicht nur Personen aus Worpsswede erreichen, sondern auch potentielle Kunden aus anderen Regionen und somit die Reichweite erhöhen.

Website

Die Website sollte nicht nur informativ sein, sondern sollte auch Spaß beim Durchklicken machen, wodurch die Kunden länger auf der Seite verweilen.

Sie sollte folgende Unterseiten beinhalten:

- Workshops
 - > hier sind alle Infos zu den Workshops, Termine und Bilder von vergangenen
 - > Die Unterseite wird in farbliche Bereiche, je nach Jahreszeiten eingefärbt
- Blühender Blog
 - > Tipps und Tricks für den Garten
- Gartencenter
 - > Alles zu dem Gartencenter: aktuelle Angebote und Öffnungszeiten
- Schenk Freude
 - > Geschenkgutscheine
- Über Paula
 - > Was ist Paula's Garden? Entstehungsinformationen, Werte und Kontakt



Social media

Auf *Instagram* kann durch „Stories“, neben Posts mit Tipps, Tricks & Werbung für Workshops, zwischen-durch ein Behind-the-Scenes zum Beispiel bei der Vorbereitung von Workshops zeigen. Stories bieten sich besonders gut an, um dem Kunden schnell eine Erinnerung zu senden „Hey, uns gibts noch!“. Durch regelmäßiges Posten wird man über dem Algorithmus dem Kunden öfter vorgeschlagen.

Post-Vorschläge:

- Ästhetische Bilder aus Gärten und von den Blumen, Vasen und Kübeln, die angeboten werden
- Tipps für den Garten (für jede Jahreszeit einen Post, der Paula's Kalender anteaert, da dort mehr Gartentipps zu finden sind)
- Videos von den Workshops
- Jährliche Zusammenfassung (à la Spotify wrapped – nur mit zum Beispiel Workshops und Zahlen der Kunden!)
- Fun Facts zu Blumen und gärtnern
- Bilder des aktuellen Looks des Gartencenters zu bestimmten Zeitpunktes des Jahres (Weihnachten, erste Frühlingsblumen, Halloween,...)

Pinterest ist besonders im Do-It-Yourself (DIY) Bereich beliebt, der Zielgruppe. DIY bedeutet, dass es um selbstgemachte Projekte geht. Hier können Bilder und Werbung für Workshops besonders gut ankommen, zudem bietet sich *Pinterest* perfekt an, um Ideen zu zeigen, die dann von Paula's Garden letztendlich selber angeboten werden.

Neben den selbstgeposteten Bildern können noch Boards angelegt werden, wo Inspirationen, auch mit Bildern von anderen Personen, gezeigt werden.



Instagram Posts

„warum uns Blumen gut tun“
„richtiges gießen“
„das waren eure Trockenblumenbouquets in 2024“

Umsetzung



Mitarbeiter T-Shirts in Paula's Grün

Durch einheitliche Mitarbeiter T-Shirts sind diese einfach für Kunden, die nach Hilfe suchen, erkennbar. Dies wird unterstützt durch das Logo auf der Brust und der großen Bildmarke auf dem Rücken. Auf Paula's Grün ist das Logo mit seinen dunklen Konturen gut zu erkennen.

City Light



Postkarte
Printwerbung



Gutschein
aus einpflanzbarem Papier

Quellen

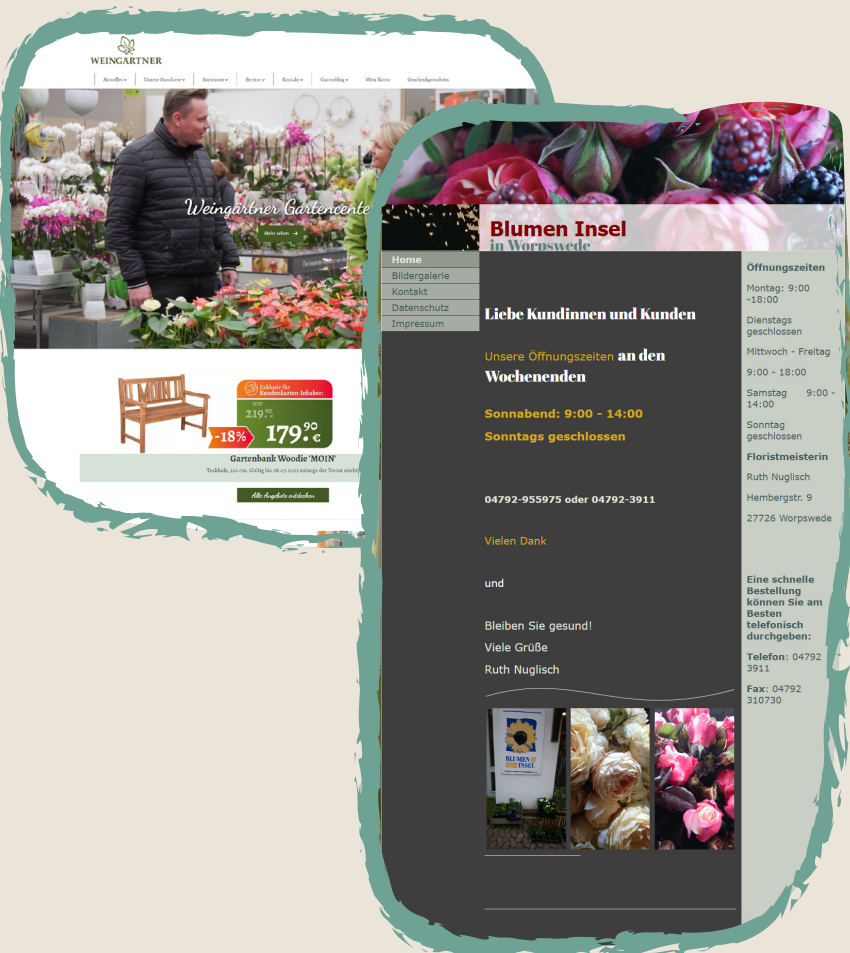
Konkurrenz

Die Blumeninsel in Worpswede:

<http://blumeninsel-worpswede.de/Home>

Weingärtner Gartencenter:

<https://www.weingaertner-gartencenter.de/>



Bilder: Lizenzfrei

unsplash.com

Biene: Aaron Burden

Blumensträuße: Cindy

Chan

Gießkanne: Markus Spiske

Trockenblumen: Katsia

Jazwinska



Mockups: Attribution

freepik.com

Instagram: xvector

Website: freepik

T-Shirt: freepik

City Light: xvector





Nele Tabea Honnef
Prüflingsnummer: 50191
infill healthcare communication GmbH
53639 Königswinter
Sommer AP 2025