

Gestaltungskonzept
Ferien im Baudenkmal
Kandidatennummer 5
Esra Dur
2025

Ziele

Mein Ziel ist es, ein frisches und modernes Gestaltungskonzept zu entwickeln, das besonders junge Menschen anspricht, dabei aber Nachhaltigkeit und ein entschleunigtes Leben ohne digitale Ablenkung in den Mittelpunkt stellt. Gleichzeitig soll das Design zeitgemäss sein und die Werte des Denkmalschutzes respektieren sowie mit einer klaren, einladenden Bildsprache Menschen jeden Alters erreichen.

Zusammengefasst

- Ein frisches und modernes Design entwickeln, das besonders junge Zielgruppen anspricht.
- Den Fokus auf Nachhaltigkeit legen, um ein umweltbewusstes Lebensgefühl zu vermitteln.
- Ein einfaches und entschleunigtes Lebensgefühl sichtbar machen, das ohne digitale Ablenkung auskommt.
- Ein Gestaltungskonzept schaffen, das zeitgemäss ist, aber auch die Werte des Denkmalschutzes respektiert.
- Eine klare und einladende Bildsprache erschaffen die Jung bis Alt anspricht.

Auftrag

Neuer Visuelle Auftritt für «Ferien im Baudenkmal» für analoge und digitale Medien. Dabei definiere ich Schrift, Farbe, Form und Bildwelt neu – als ein stimmiges Erscheinungsbild, das sich an der Zielgruppe und den Kommunikationszielen orientiert.

1. Wort-/Bildmarke
4-sprachige Wort-/Bildmarke Für das Angebot «Ferien im Baudenkmal».

2. Visuelles Erscheinungsbild
Visueller Auftritt für «Ferien im Baudenkmal»
Zusätzlich noch ein Periodika, Gastgeschenk und Give Away

3. Ankündigung/Bekanntmachung
Animierte Anwendungen E-Board (1920x1080 px)

Zielgruppe

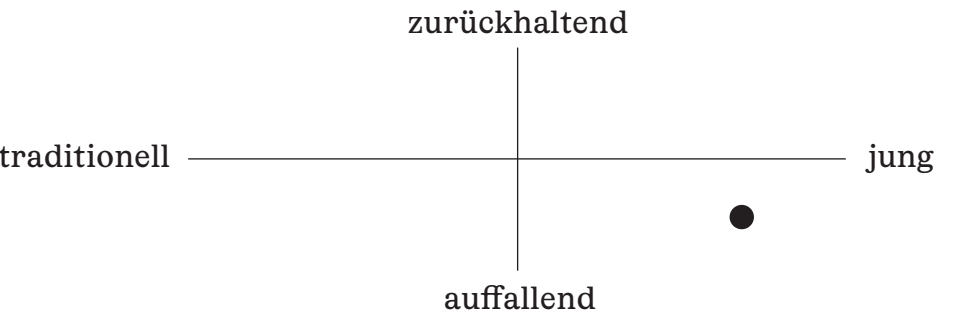
Die neue Zielgruppe umfasst Menschen von jung bis alt, die einen einfachen und bewussten Lebensstil schätzen. Sie möchten dem Trubel der Stadt entfliehen und zur Ruhe kommen. Nachhaltigkeit spielt für sie eine zentrale Rolle. Sie sind offen, interessiert an Architektur, Kultur und Geschichte und auf der Suche nach authentischen Entdeckungen. Statt ständig aufs Handy zu schauen, geniessen sie den Moment.

Medien

Um das Konzept konsequent umzusetzen, möchte ich auch auf nachhaltige Medien setzen. Das bedeutet, Medien zu verwenden, die aus ressourcenschonenden Materialien bestehen und möglichst langlebig sind. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf digitalen Formaten, da sie umweltfreundlicher und vielseitig einsetzbar sind.

Gestalterische Positionierung

Die neue Gestaltung soll besonders jüngere Menschen ansprechen. Im Mittelpunkt stehen dabei Werte wie Nachhaltigkeit, Regeneration, digitale Auszeit (handyfreie Zonen) und ein unkomplizierter, gesunder Lebensstil.



Vorgegebene Medien

Periodika

Um noch nachhaltiger zu sein, halte ich einen Kreuzfalz für sehr passend: Man muss nur eine Seite drucken und kann diese sogar doppelseitig nutzen. Als Papier würde ich ein Material empfehlen, das an Zeitungspapier erinnert – es wirkt nostalgisch und sympathisch. Das Periodikum könnte monatlich erscheinen und über verschiedene Unterkünfte sowie deren Freizeitangebote berichten. Zusätzlich wären Interviews mit Architektinnen und Menschen aus den jeweiligen Dörfern ein spannender Bestandteil.

- + Wecken Nostalgie durch ihr regelmässiges Erscheinen
- + Zielgruppenorientiert
- + Halten Leser:innen regelmässig auf dem neusten Stand
- + Dient als regelmässiger kleiner Reminder
- + Langlebig
- Ist nicht kostengünstig
- Je nachdem nicht wirklich nachhaltig

Gastgeschenk, Give Away

Eine kleine, liebevolle Geste für Stammgäste oder als Giveaway: Je nach Unterkunft gibt es ein traditionell hergestelltes Produkt aus dem Ort – zum Beispiel einen Biber oder ein Glas Honig. So erhalten Gäste ein persönliches Andenken und gleichzeitig wird die lokale Bevölkerung und das Handwerk im Dorf unterstützt.

- + Nette kleine Geste, die für noch mehr Sympathie sorgt
- + vor allem für die kleinen Gäste ansprechend
- + cooles Erinnerungsstück, das zu einer Wiederholung führen könnte
- + Langlebig
- Ist nicht kostengünstig
- Je nachdem nicht wirklich nachhaltig

E-Board (1920x1080 px)

Eine Anzeige auf einem E-Board an einem belebten Ort erreicht viele Menschen aus allen Altersgruppen. Wichtig ist, dass die Animation kurz ist und die wichtigsten Informationen klar zeigt.

- + Sorgt für grössere reichweite
- + nachhaltiger als Printware
- kurzlebig
- Ist nicht kostengünstig

Zusätzliche Medien

Gästebuch

- + Langlebig
- + Dient als schöne Erinnerung
- Ist nicht kostengünstig

Illustration

- + Langlebig
- + Dient als schöne Erinnerung
- + Vor allem für die kleinen Gäste sehr ansprechend
- Je nachdem sehr aufwendig

Plakate

- + Bringt interessanten auf dem neusten Stand
- + Sorgt für grössere Reichweite
- Kurzlebig
- Ist nicht kostengünstig
- Je nachdem nicht wirklich nachhaltig

Postkarten

- + Langlebig
- + Dient als schöne Erinnerung
- + Kann andere Menschen aufmerksam machen
- Ist nicht kostengünstig
- Je nachdem nicht wirklich nachhaltig

Denkmalgerechte Signalethik und Beschriftung

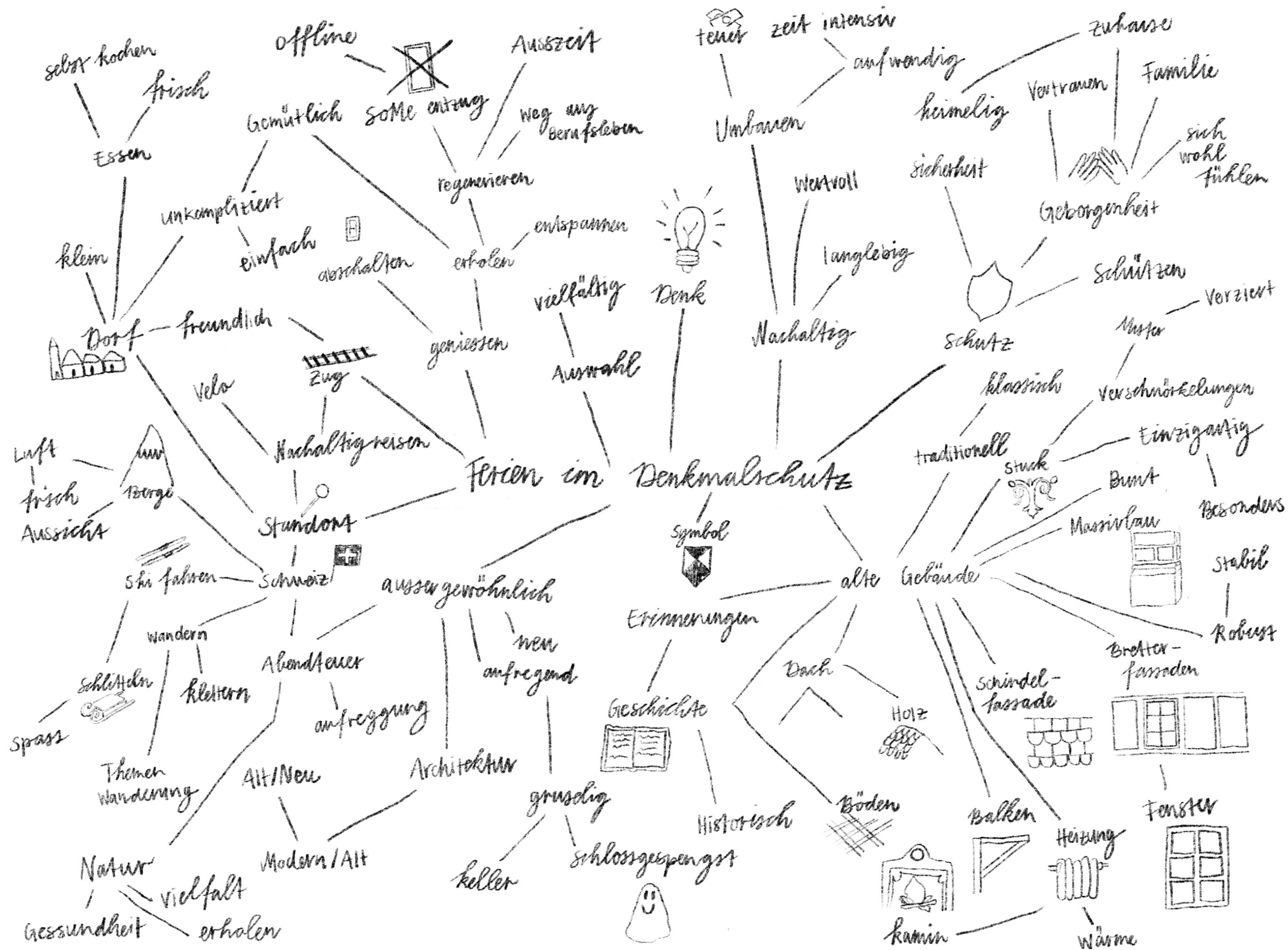
- + Langlebig
- + Dient zur Orientierung
- + nachhaltiger als Printware
- Ist nicht kostengünstig

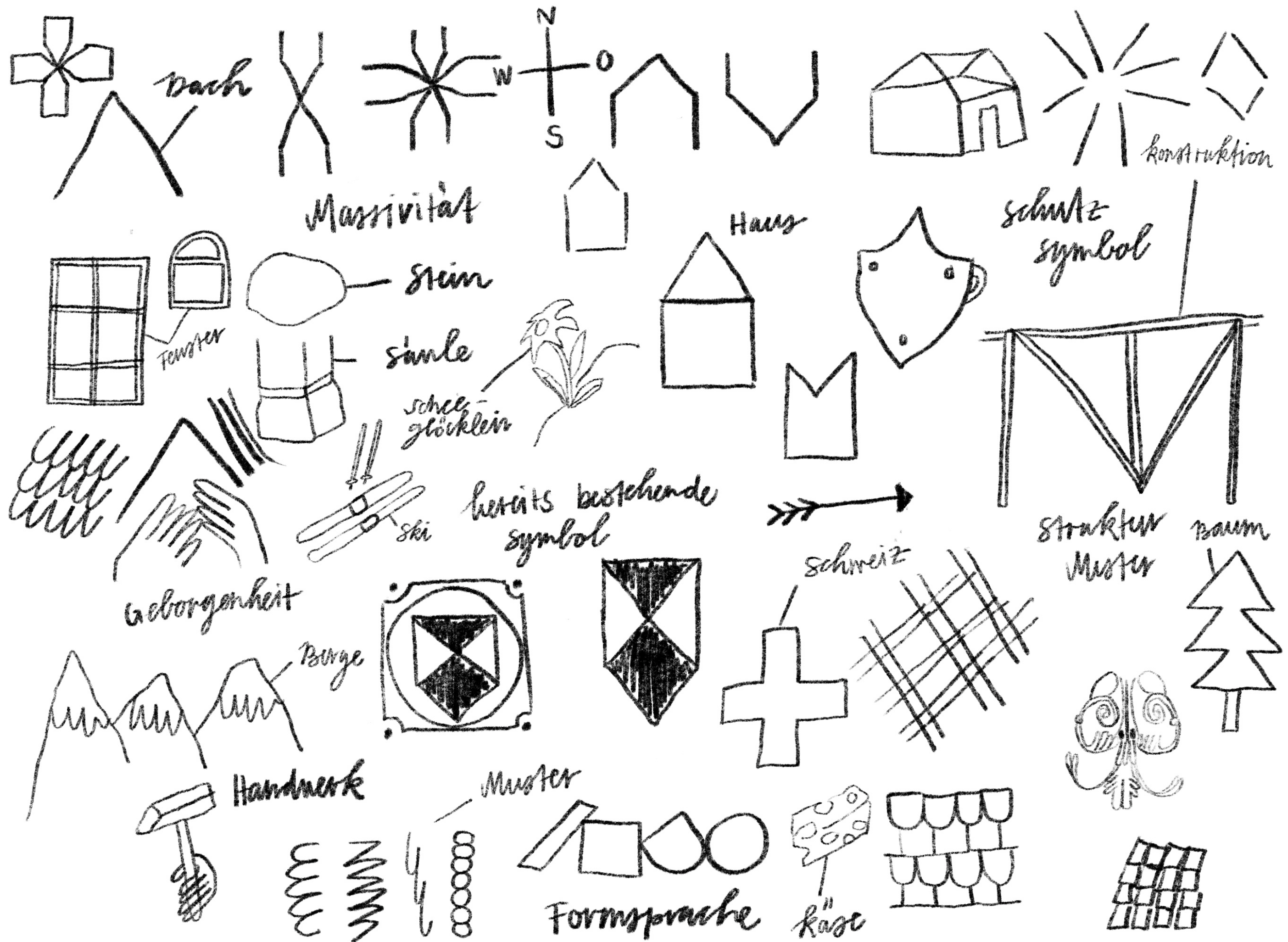
Social Media

- + Sorgt für grössere Reichweite
- + Kostengünstig
- + nachhaltiger als Printware
- Je nachdem sehr aufwendig

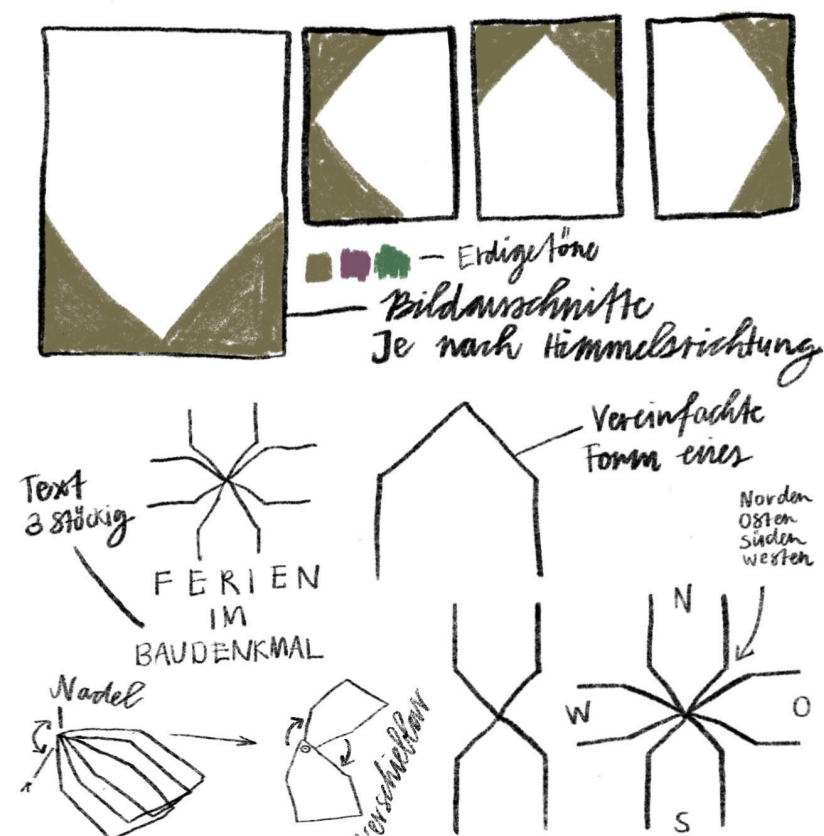
Website

- + Langlebig
- + Dient zur Orientierung
- + nachhaltiger als Printware
- Ist nicht kostengünstig





01 Häuser Kompass

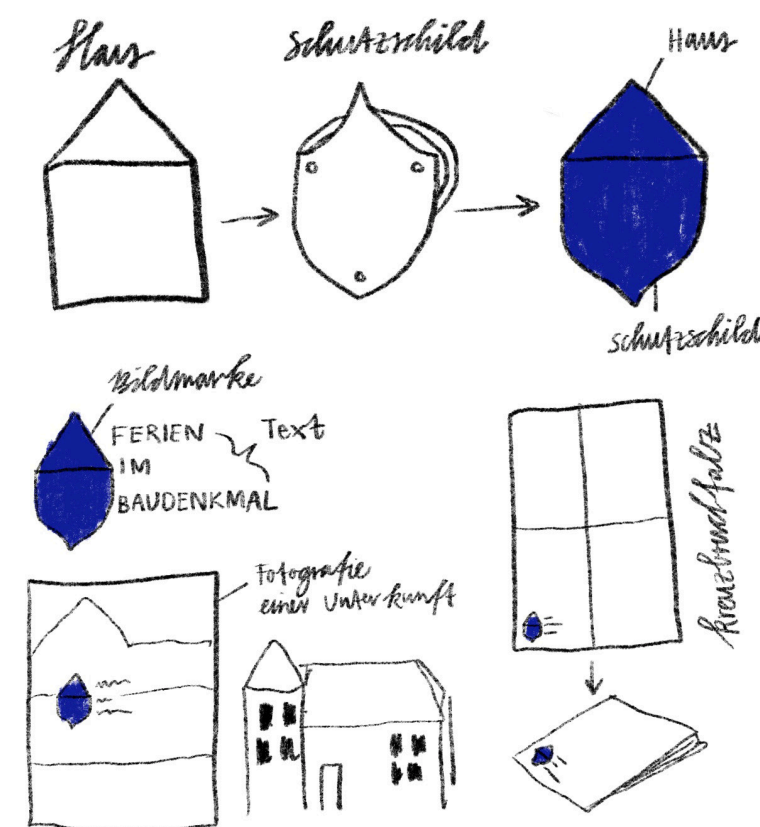


01 Idee Häuser Kompass

Die Gestaltung orientiert sich an der Ausrichtung der Häuser und wird je nach ihrer Lage und Himmelsrichtung individuell angepasst.

- + Zielgruppengerecht
- + Aussergewöhnlich
- + Konzeptionell stark
- + Flexibel einsetzbar
- Könnte für manche unverständlich sein.
- Baudenkmal kommt zu wenig zur Geltung.

02 Haus-Schutz

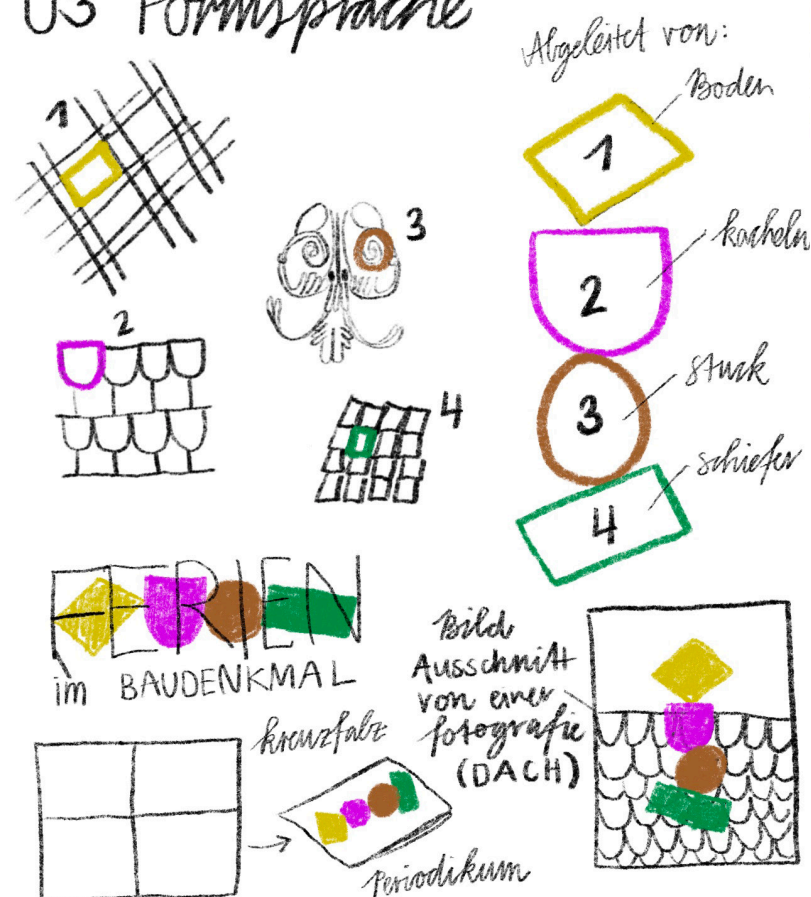


02 Idee Haus-Schutz

Eine Form, die sich aus der Silhouette eines einfachen Hauses und einem Schutzschild zusammensetzt: Der untere Teil symbolisiert Schutz und Sicherheit, während der obere Teil für das Zuhause und Geborgenheit steht.

- + Zielgruppengerecht
- + Einfach verständlich
- + Umfasst wichtige Bereiche (Baudenkmal und Wohnen)
- Nicht sehr aussergewöhnlich
- Bittet bei der weiteren Gestaltung Nicht viele interessante Ansätze

03 Formsprache

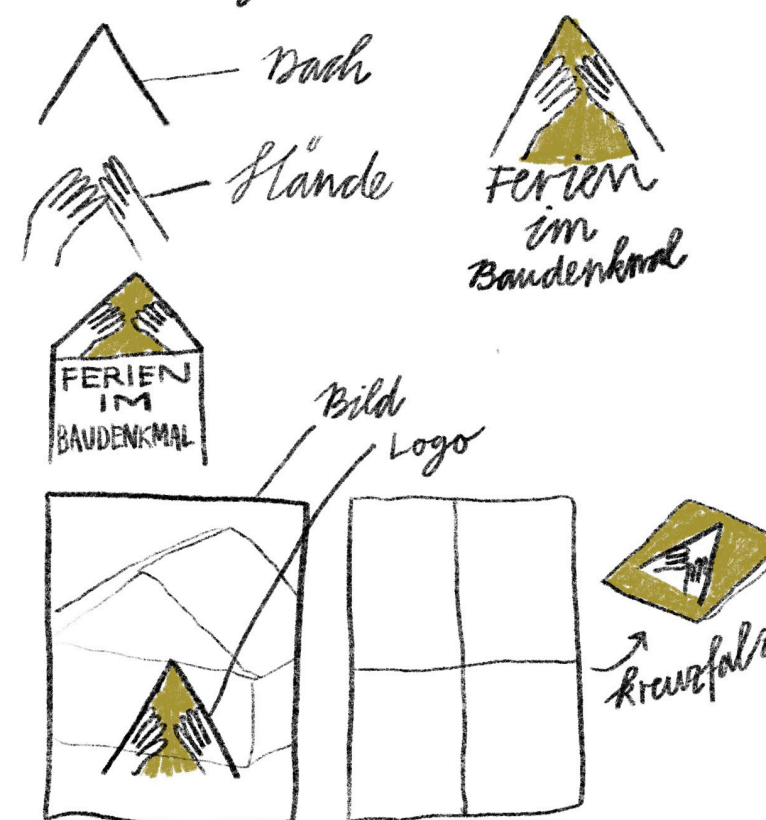


03 Idee Formsprache

Die Gestaltung orientiert sich an typischen Formen, die beim Bauen eine wichtige Rolle spielen. Diese Formen werden aufgegriffen und mit Farben kombiniert, sodass ein spannendes und kreatives Spiel aus Form und Farbe entsteht.

- + zielgruppengerecht
- + aussergewöhnlich
- + plakativ
- + flexibel einsetzbar

04 Geborgenheit



04 Idee Geborgenheit

Die Hände symbolisieren Geborgenheit und Schutz gleichzeitig formen sie ein Dach und stehen so sinnbildlich für ein Zuhause.

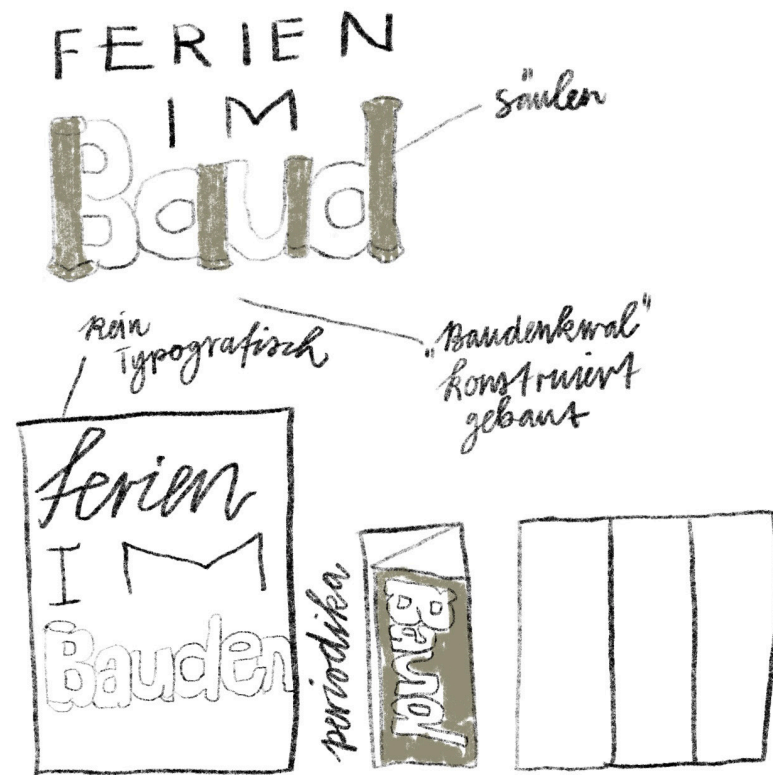
- + ansprechend für ein jüngeres Zielpublikum
- + Aussergewöhnlich
- Nicht wirklich passend
- könnte für manche unverständlich sein.
- könnte schnell in die Richtung Kinderschutz gehen durch das Symbol der Hand

05 Konstruiert

05 Idee konstruiert

Das Wort «Baudenkmal» gestalte ich selbst wie ein gebautes Werk. Die restliche Typo ist eher zurückhaltend.

- + Aussergewöhnlich
- + Flexibel einsetzbar
- Zu illustrativ kindlich
- Zu weit hergeholt
- Visuell zu wenig ansprechend
- Könnte für manche unverständlich sein.

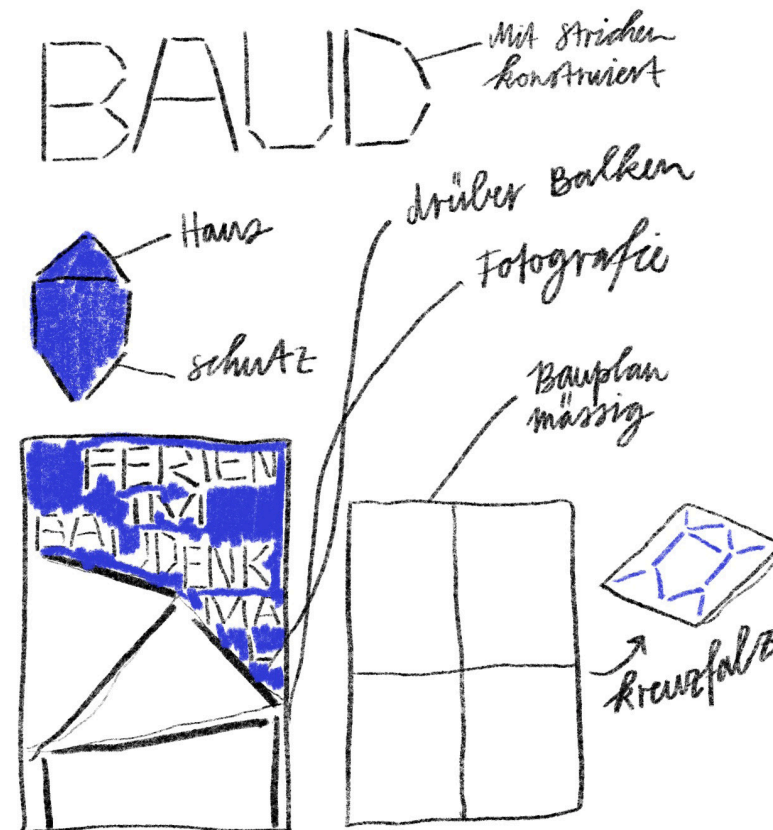


07 Strich

07 Idee Strich

Die Gestaltung der Schrift ist inspiriert von der filigranen und sorgfältigen Arbeit, die in den Umbau der Baudenkmäler fliesst. So wie die Häuser mit Liebe zum Detail restauriert werden, wird auch die Schrift konstruiert.

- + Aussergewöhnlich
- + Flexibel einsetzbar
- Zu weit hergeholt
- Könnte für manche unverständlich sein.

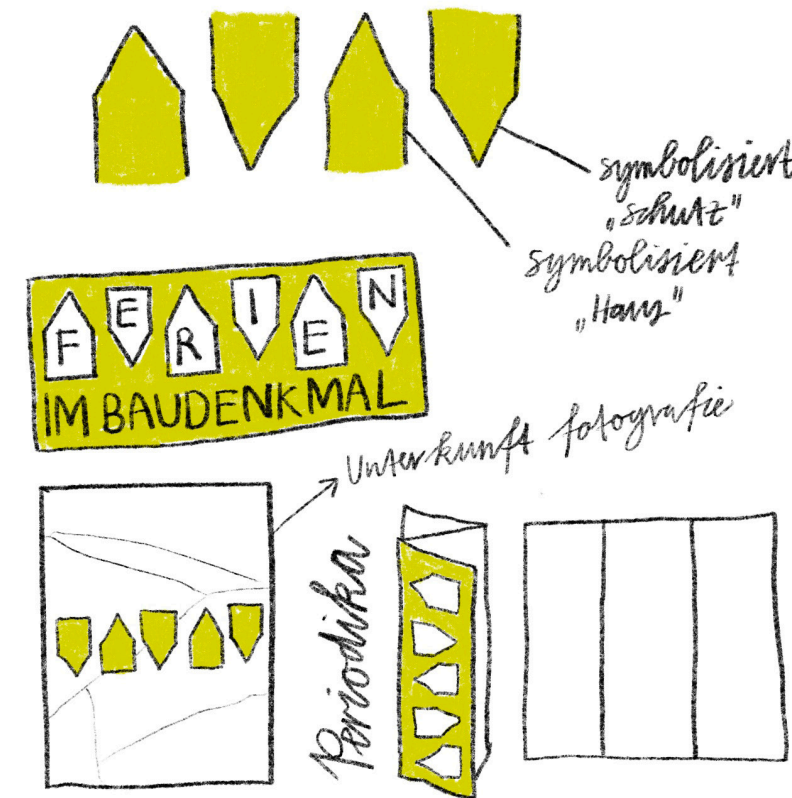


06 Auf dem Kopf

06 Idee Auf dem Kopf

Die Häuser erscheinen abwechselnd aufrecht und auf dem Kopf stehend. Das aufrechte Haus steht als Symbol für das Wohnen, während das umgedrehte Haus an ein Schild erinnert und Schutz verkörpert. Ergänzt wird das Konzept durch ein leuchtendes Gelb, das modern wirkt und eine jugendliche, frische Ausstrahlung vermittelt.

- + Zielgruppengerecht
- + Einfach verständlich
- + Umfasst wichtige Bereiche (Baudenkmal und Wohnen)
- Könnte für manche unverständlich sein.

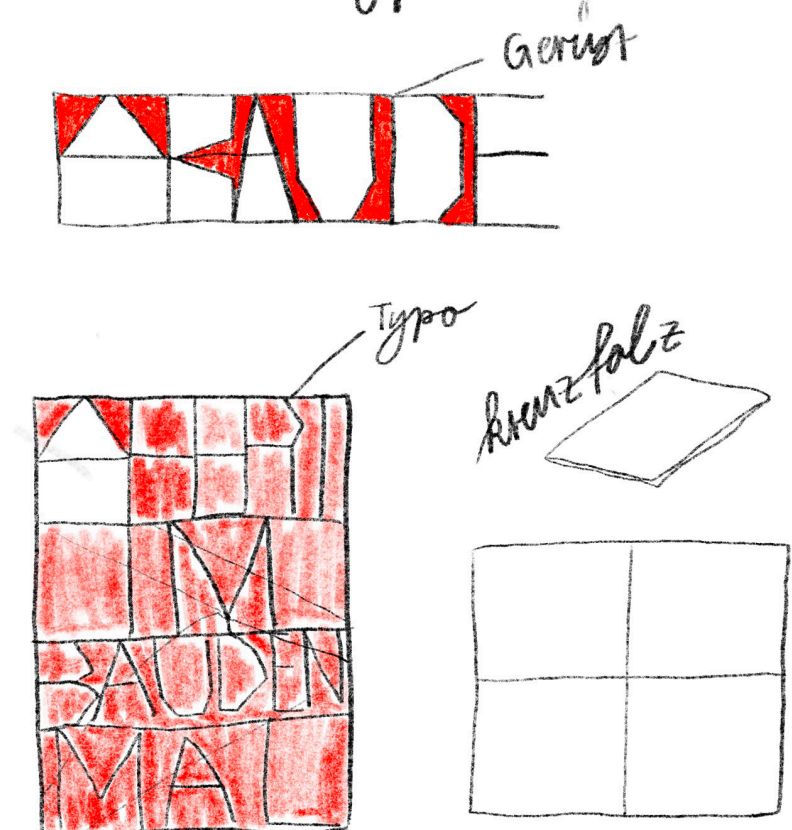


08 Gerüsttypo

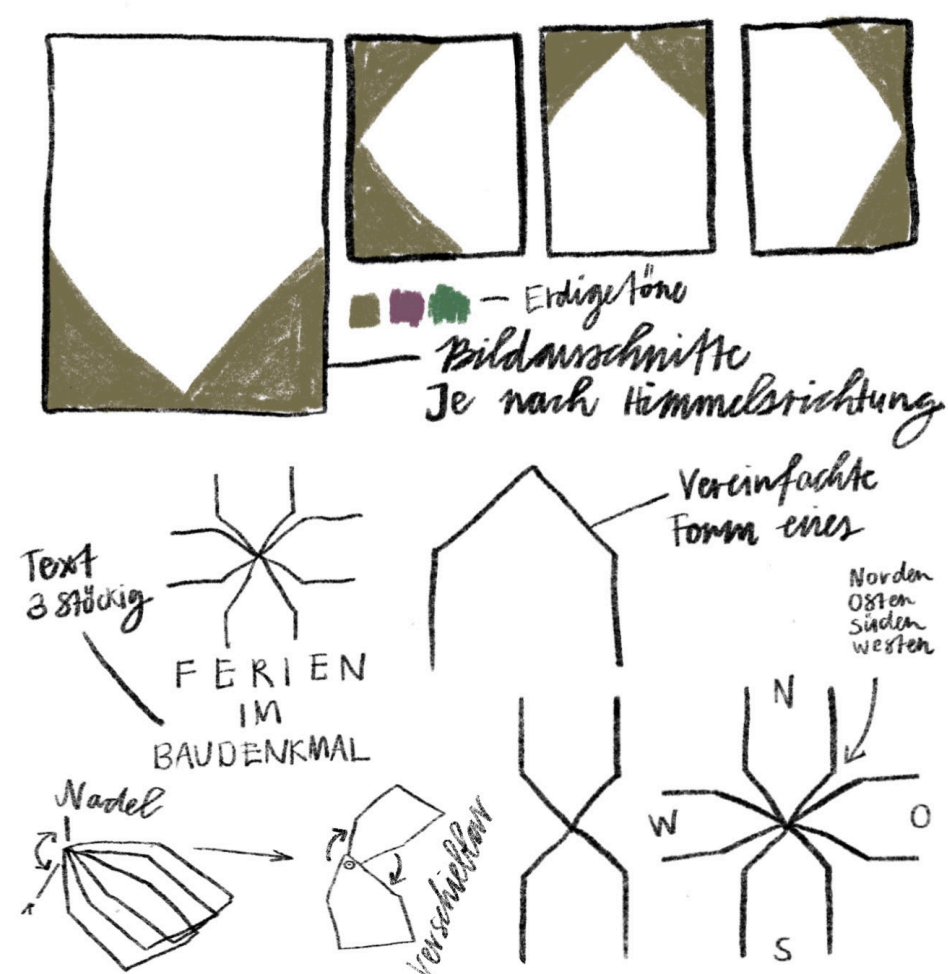
08 Idee Gerüsttypo

Das Design basiert auf einem Kastensystem und erinnert stark an Bauweisen oder ein Gerüst, in das die Typografie eingebettet ist.

- + Aussergewöhnlich
- + Flexibel einsetzbar
- Zu weit hergeholt
- Könnte für manche unverständlich sein.
- Nicht wirklich passend

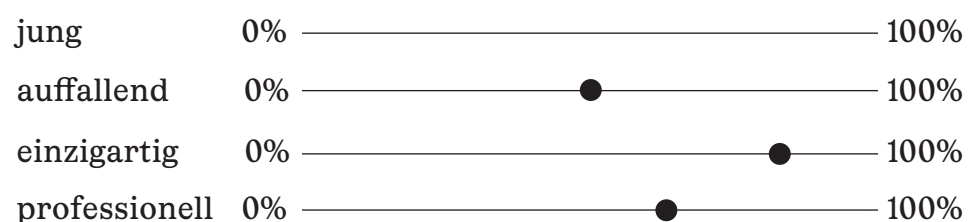


01 Häuser Kompass

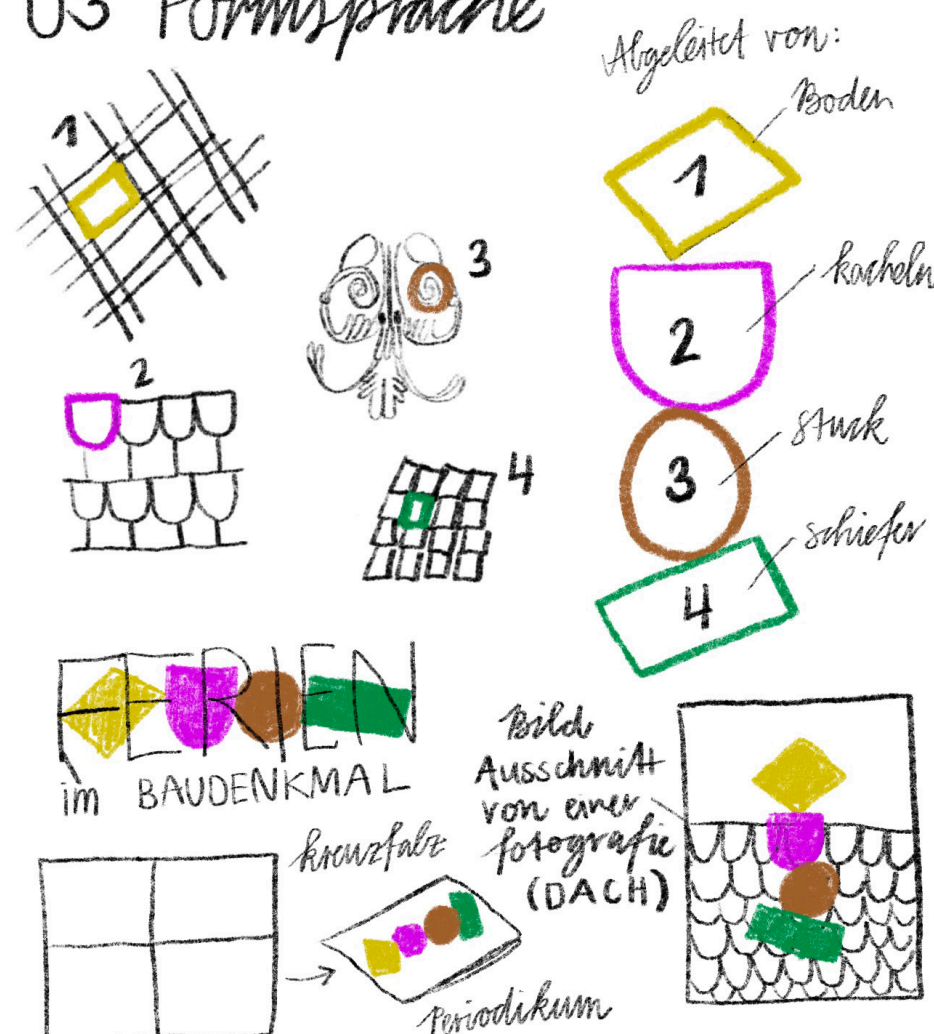


01 Idee Häuser Kompass

Grundsätzlich sehe ich viel Potential in der Idee. Vor allem visuell und durch ihre Flexibilität sei es durch die wiederkehrenden Bildausschnitte oder die an die Himmelsrichtung angepassten Anwendungen. Auch konzeptionell finde ich den Ansatz sehr spannend. Allerdings habe ich etwas Bedenken, dass der Aspekt «Baudenkmal» möglicherweise zu wenig betont wird. Besonders interessant finde ich den Gedanken eines verschiebbaren Periodikums.

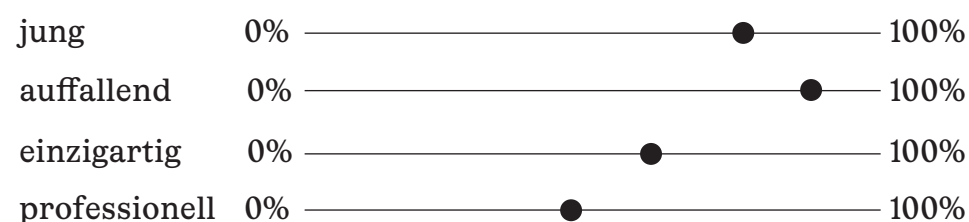


03 Formsprache

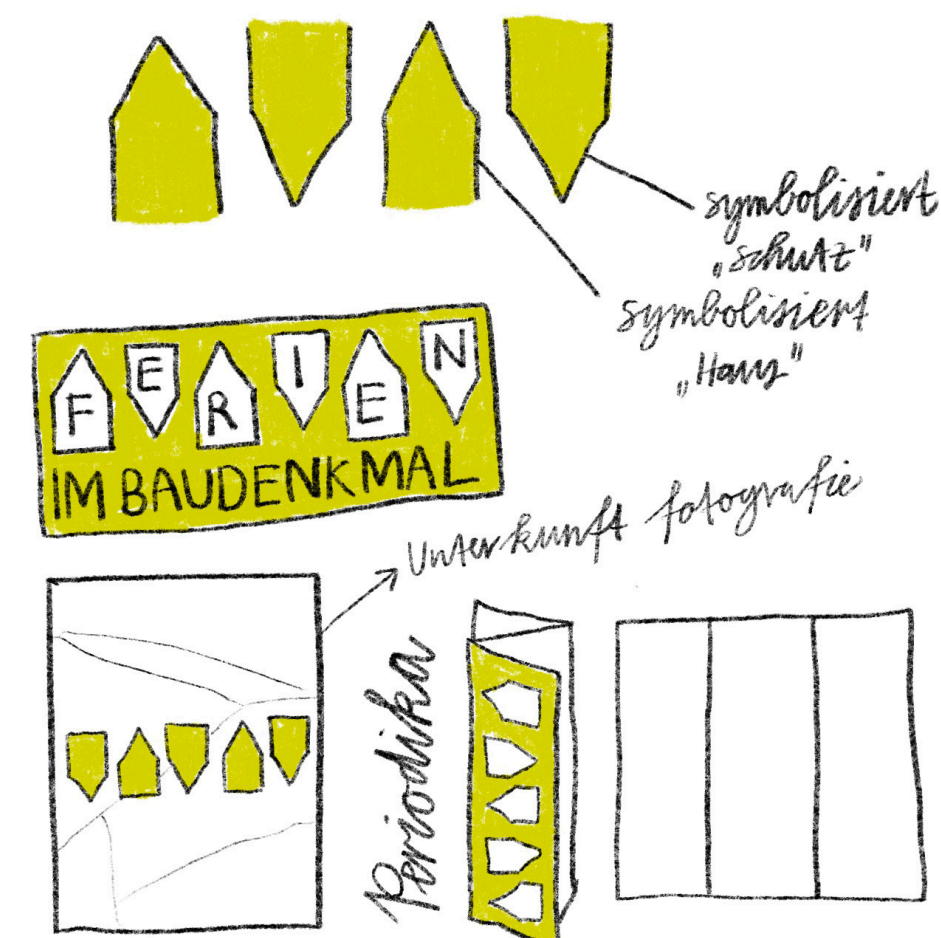


03 Idee Formsprache

Diese Idee hat für mich im Hinblick auf die Zielgruppe und die Aufgabenstellung das grösste Potenzial. Durch die frischen Farben und die markante Formsprache wirkt sie modern und lebendig. Besonders spannend finde ich die hohe Flexibilität der Formen. Die lassen sich gut an verschiedene Anwendungen anpassen. Einziger möglicher Kritikpunkt ist, dass die Gestaltung stellenweise etwas kindlich wirken könnte.

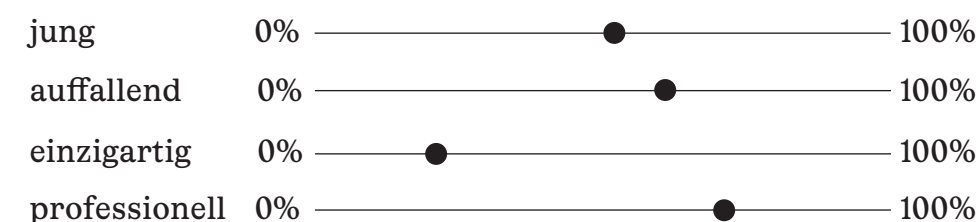


06 Auf dem Kopf



06 Idee Auf dem Kopf

Inhaltlich finde ich diese Idee besonders spannend, da sie durch die einfache, aber dennoch sehr aussagekräftige Formsprache des Hauses und des Schildes sehr verständlich ist. Dennoch habe ich das Gefühl, dass dieser Ansatz nicht wirklich neu ist.





Ferien im
Baudenkmal

Plakate



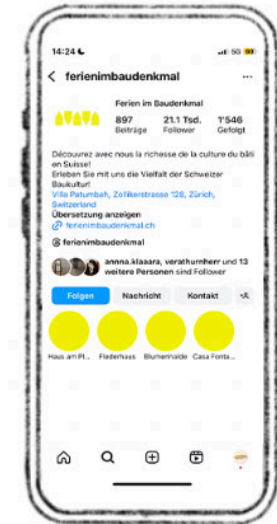
Website



E-Board



Handy



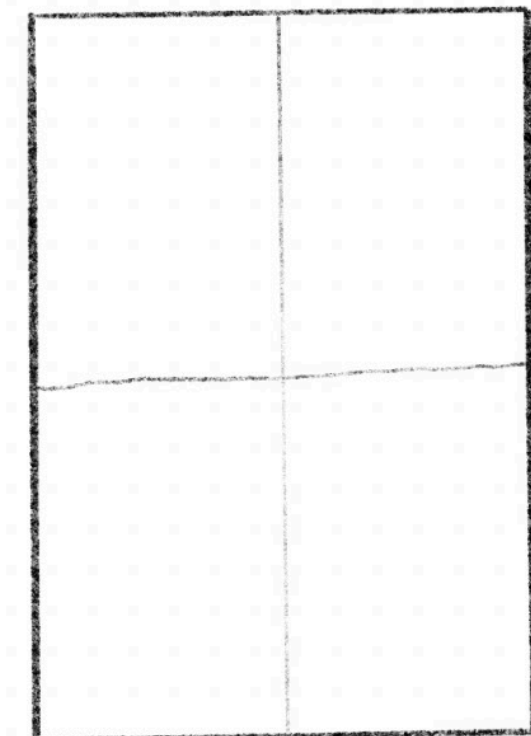
Gästebuch



Gast-Geschenk



Periodika

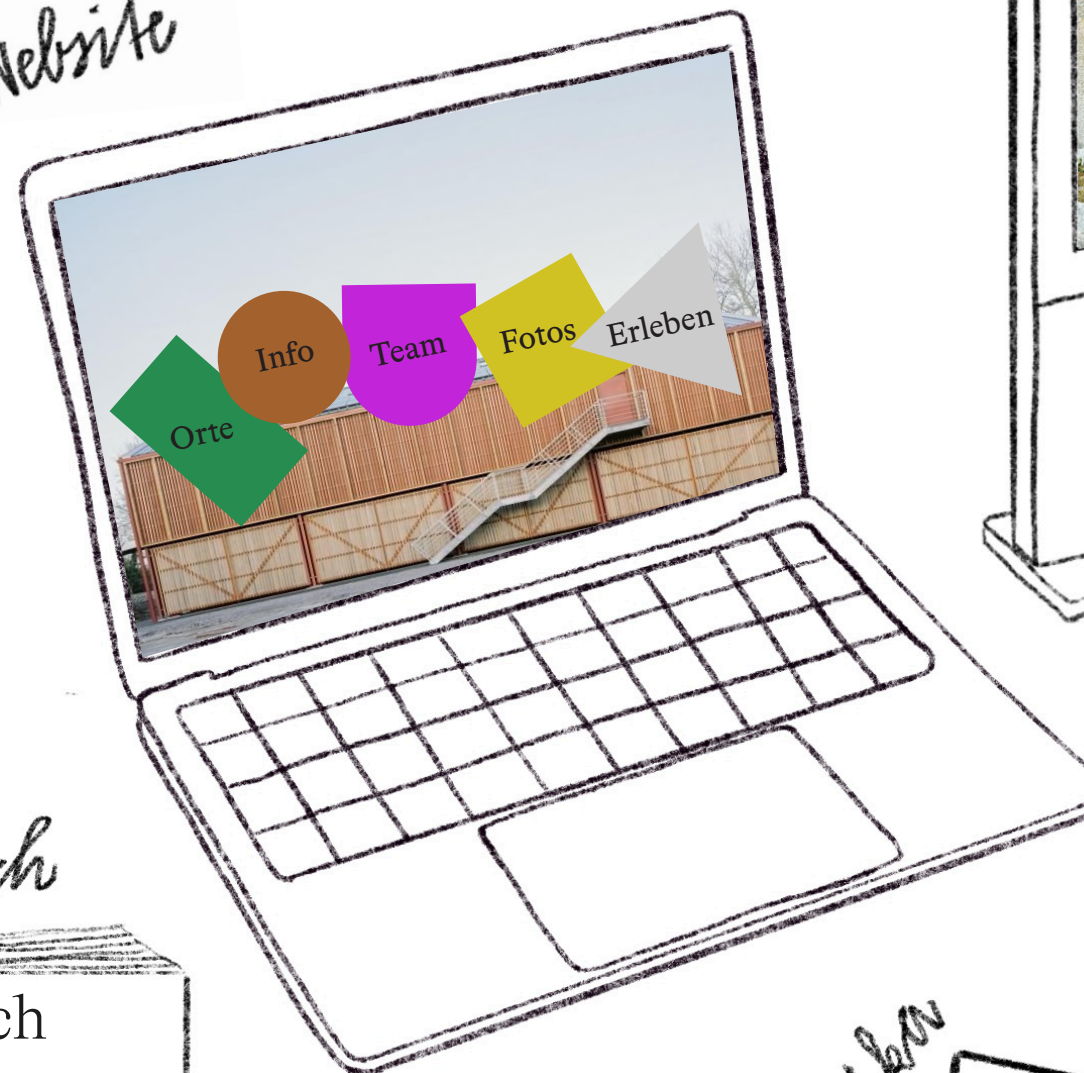




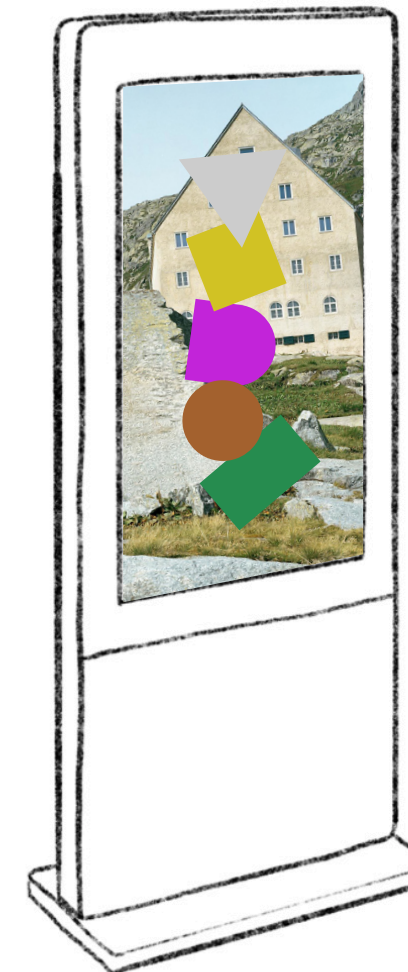
Plakate



Website



E-Board



Standby



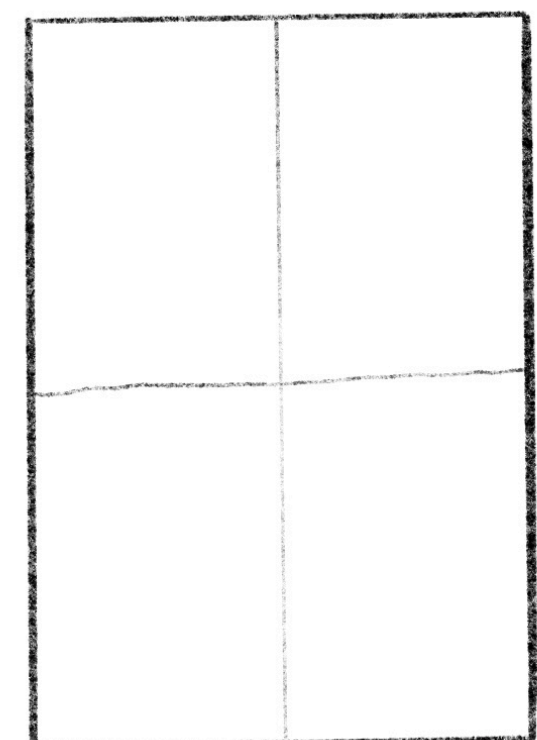
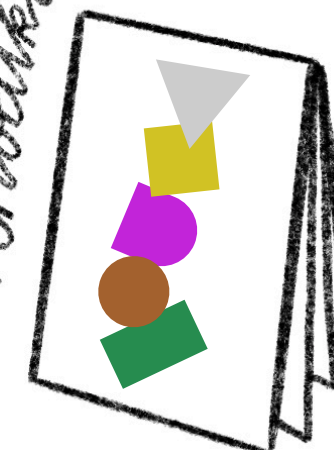
Gästebuch



Gast-Geschenk



Periodika

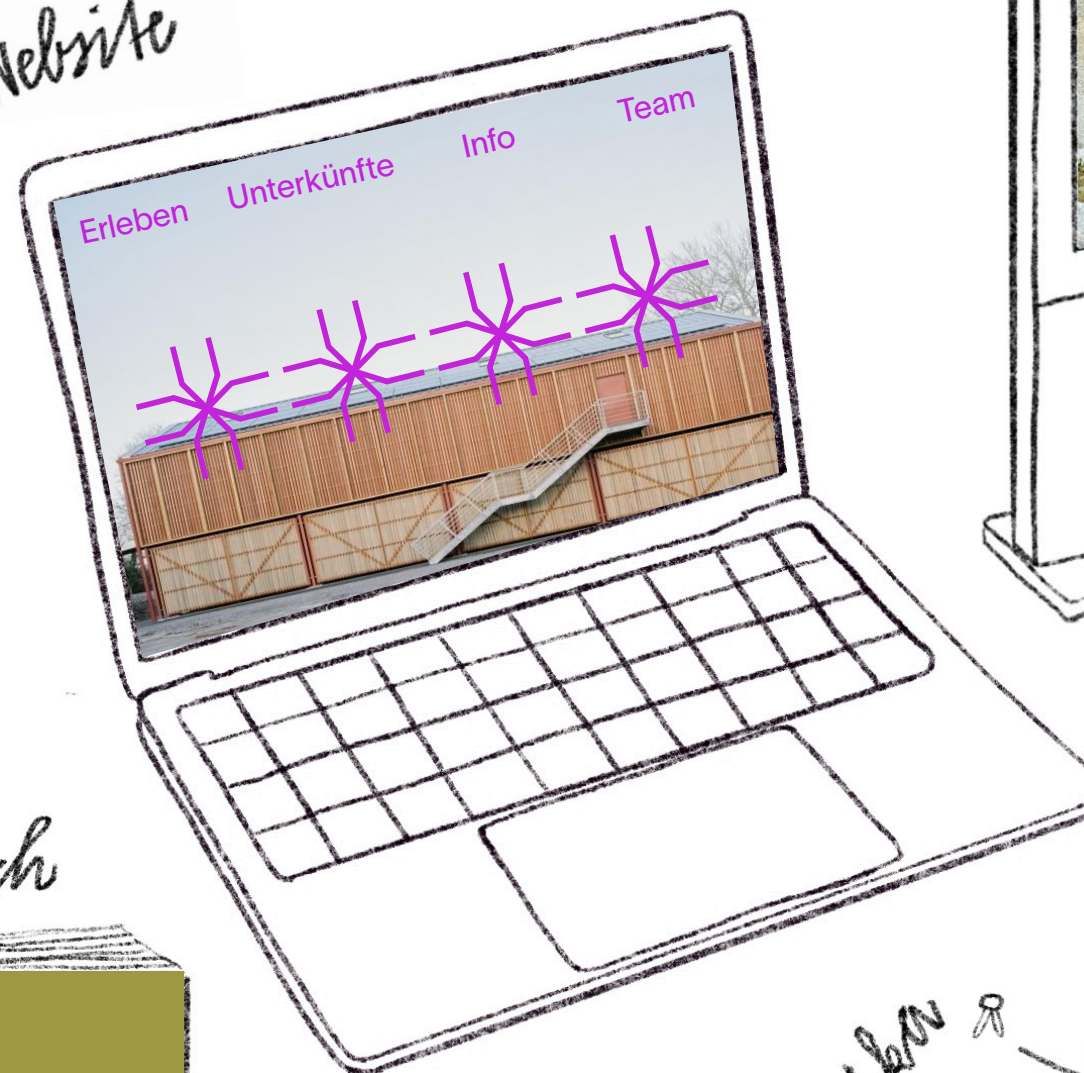




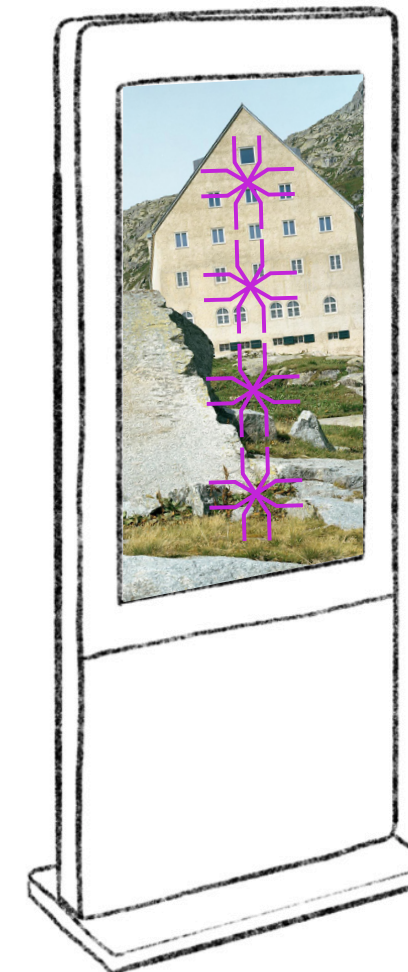
Plakate



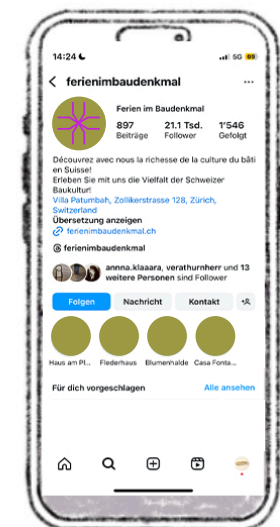
Website



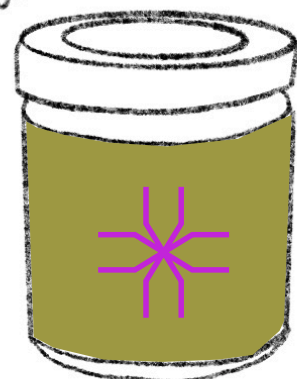
E-Board



Standby



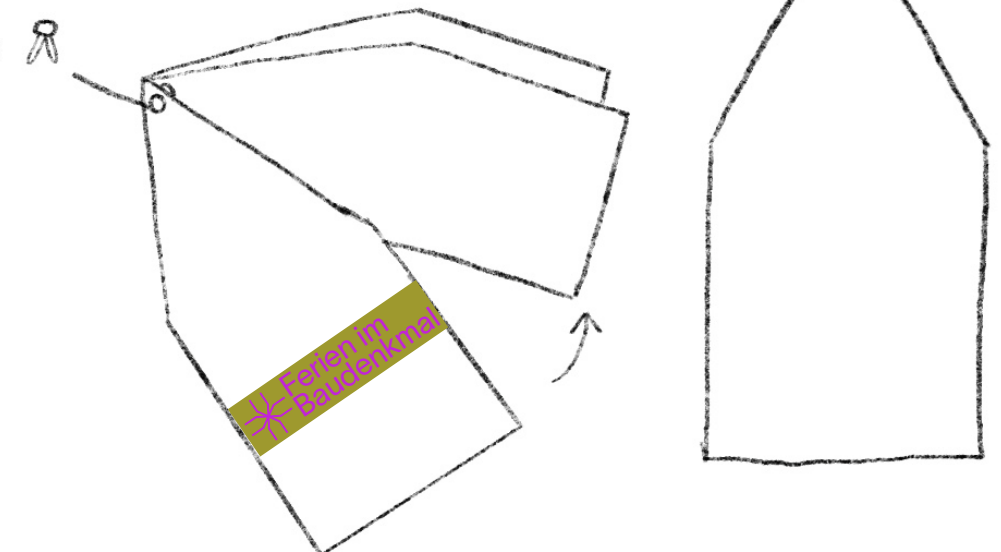
Gast-Geschenk



Gästebuch



Periodika

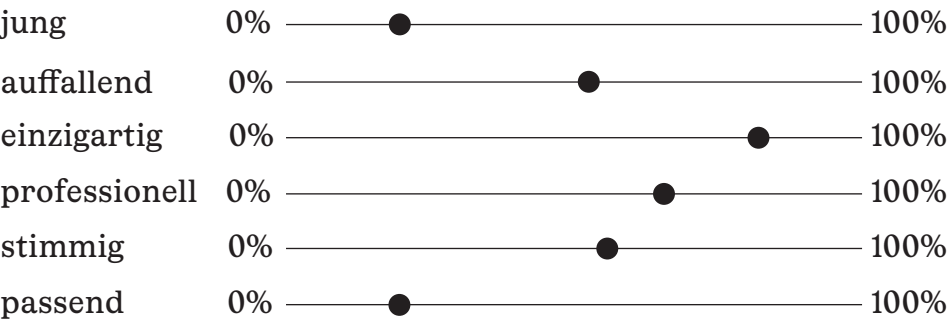




01 Idee Häuser Kompass

Ich finde den konzeptionellen Ansatz nach wie vor sehr spannend. Allerdings habe ich den Eindruck, dass visuell nicht auf den ersten Blick erkennbar ist, worum es genau geht. Das Spiel mit dem Bildausschnitt finde ich weiterhin sehr spannend. Doch insgesamt spricht es für mich eher eine ältere Zielgruppe an.

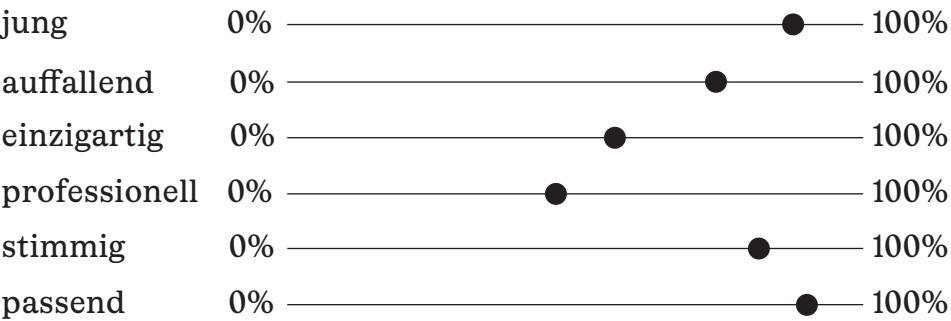
- + Aussergewöhnlich
- + Flexibel einsetzbar
- + Konzeptionell sehr spannend
- + Spannendes Periodika
- Nicht auf den ersten Blick verständlich
- Nicht zielgruppengerecht



03 Idee Formsprache

Diese Idee hat für mich das grösste Potenzial und entspricht meinen Anforderungen auch am besten. Sie wirkt jung, frisch und modern, ohne dabei kindlich zu sein. Weiterhin spannend finde ich das Zusammenspiel von Farbe und Form sowie die hohe Anpassungsfähigkeit, die diese Idee mit sich bringt.

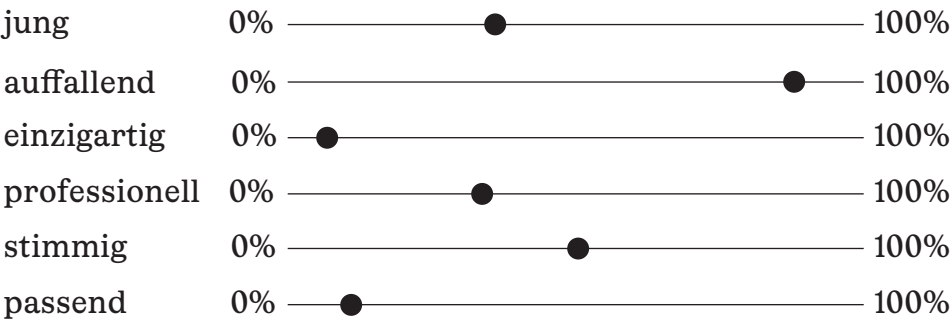
- + Aussergewöhnlich
- + Zielgruppengerecht
- + Flexibel einsetzbar
- + Konzeptionell sehr spannend
- + Auffallend

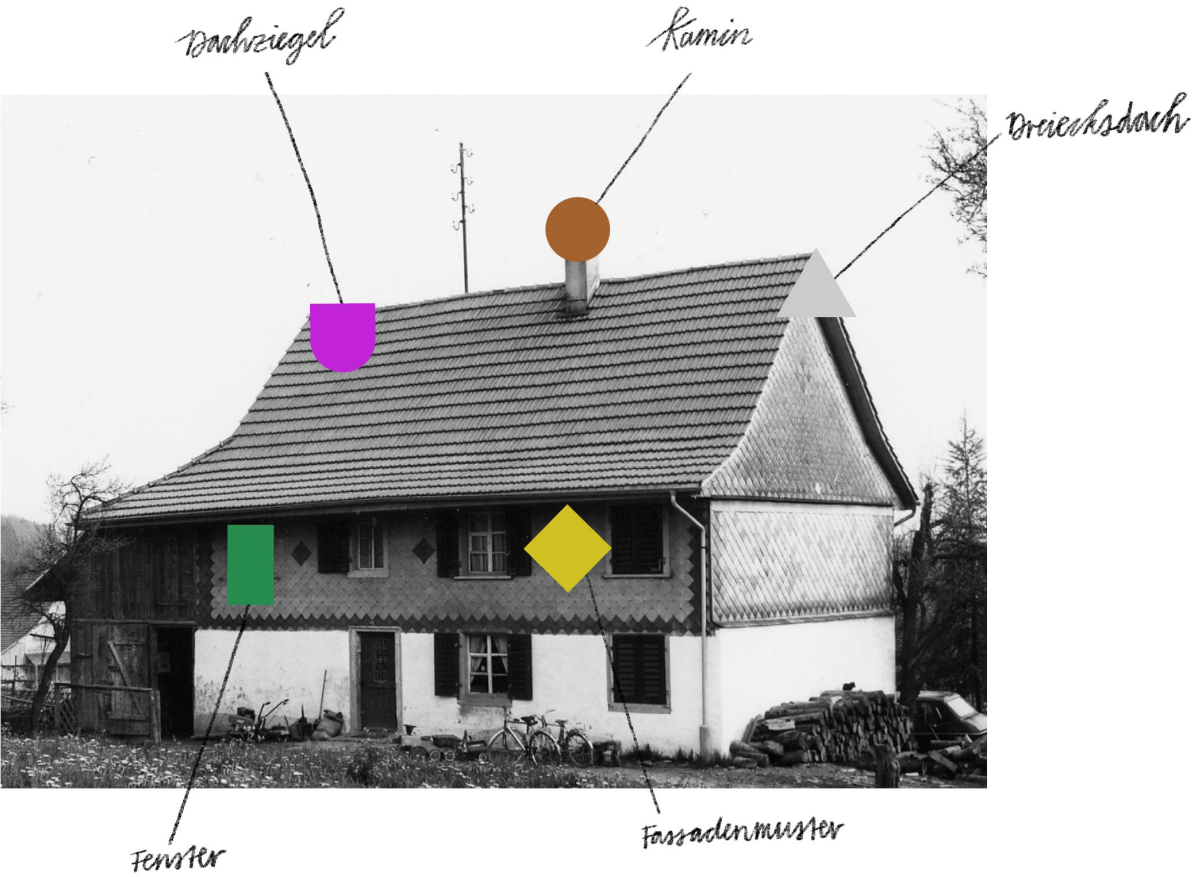


06 Idee Auf dem Kopf

Ich finde, die Idee besitzt einen hohen Wiedererkennungswert und fällt sofort ins Auge. Dennoch empfinde ich sie als die schwächste unter allen Vorschlägen. Die Häuser wirken für mich etwas wie Wegweiser, und insgesamt erscheint mir das Konzept als etwas, was ich bereits öfter gesehen habe.

- + Ins Auge stechend
- + Flexibel einsetzbar
- Nicht zielgruppengerecht
- Etwas eintönig
- Nicht wirklich einzigartig





ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzàåéî&123456789
0123456789o(\$£€.,!?)



Wortbildmarke

Meine Wort-Bild-Marke besteht aus dem oberen Teil der Bildmarke, welcher eine Reihe abstrahierter, bedeutender Elemente von Baudenkmälern zeigt. Der textliche Teil ist zweiteilig und bildet zusammen mit dem oberen Teil die vollständige Bildmarke. Die Bildmarke darf auch eigenständig, also ohne den begleitenden Text, verwendet werden.

Schrift

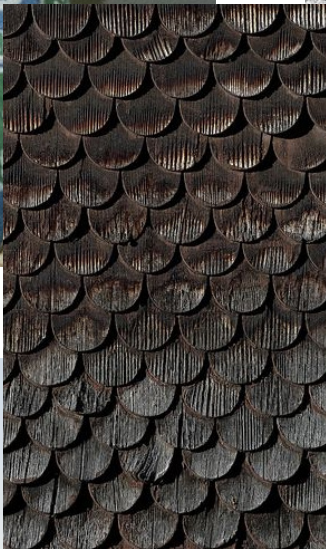
Ich habe mich für die Schriftart «Bradford» im Schnitt thin entschieden, da sie als Serifenschrift eine traditionelle Ausstrahlung besitzt, gleichzeitig aber durch das sie eine sehr junge Schrift ist eine gewisse Frische mit sich bringt, was sich hervorragend mit meiner Bildmarke ergänzt.

Farben

Bei den Farben habe ich eine Kombination aus lebendigen, auffälligen Tönen und natürlichen, dezenten Farben gewählt, um sowohl die Frische und Modernität als auch die Verbundenheit zur Natur widerzuspiegeln.

Bildwelt

Authentische, stimmungsvolle Bilder wecken Emotionen und machen Lust aufs Buchen. Durch ihren leichten Vintage-Look wirken sie nostalgisch und schaffen eine einladende Atmosphäre.



Plakate

Bei beiden Plakaten arbeite ich mit zwei Bildern: Eines zeigt das Baudenkmal, das andere vermittelt eine Stimmung oder Aktivität, die mit dem jeweiligen Baudenkmal verbunden ist, um den Betrachter/innen einen ersten Eindruck zu vermitteln. Die Bildmarke wird dabei aufgebrochen und als gestalterisches Element auf den Plakaten verteilt. Die Typografie ist in drei Teile gegliedert und leicht geneigt, um zusätzliche Dynamik ins Layout zu bringen.



Postkarten

Die Postkarten bestehen aus zwei übereinanderliegenden Bildern, die im Zusammenspiel fast eine Art Spiegelung im Fenster simulieren. Ergänzt wird das Design durch die aufgesprungene Bildmarke, die für einen hohen Wiedererkennungswert sorgt. Die Postkarten liegen direkt vor Ort in jeder Unterkunft aus und laden zum Mitnehmen ein.

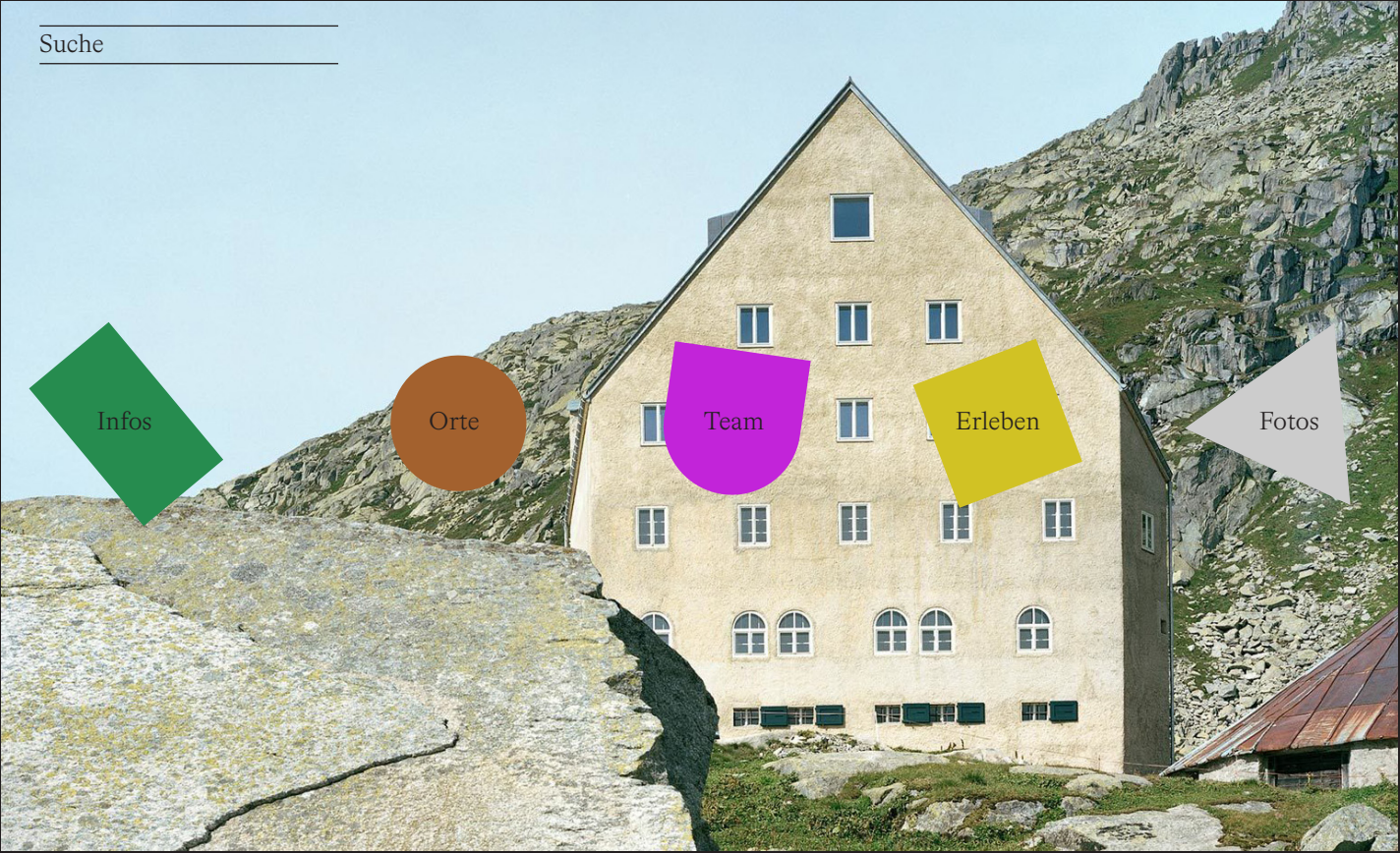
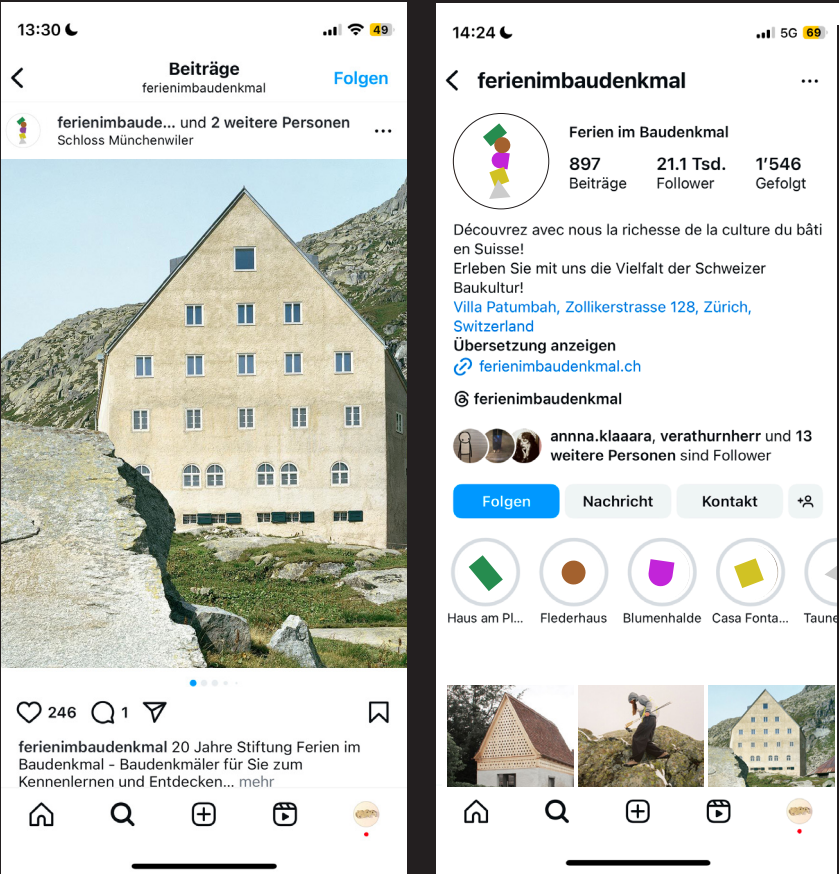


Instagram

Auf dem Instagram-Kanal finden sich ähnlich wie bisher Fotografien der Unterkünfte. Ergänzend dazu werden regelmässig Freizeit-Tipps veröffentlicht, die Inspiration für Aktivitäten rund um die Orte bieten. Neue Beiträge erscheinen regelmässig und halten den Feed lebendig und abwechslungsreich.

Website

Die Website ist bewusst schlicht gehalten und setzt auf grossflächige Bilder, um einen eindrucksvollen und atmosphärischen Eindruck der Unterkünfte zu vermitteln.

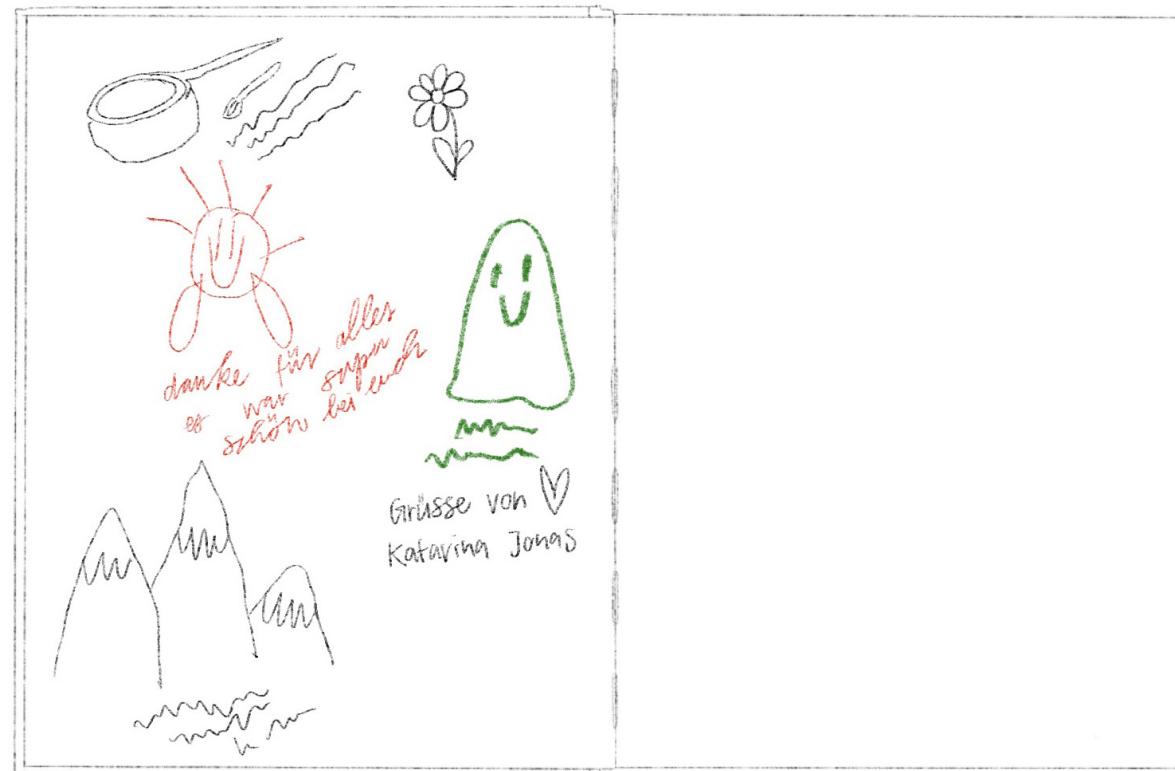
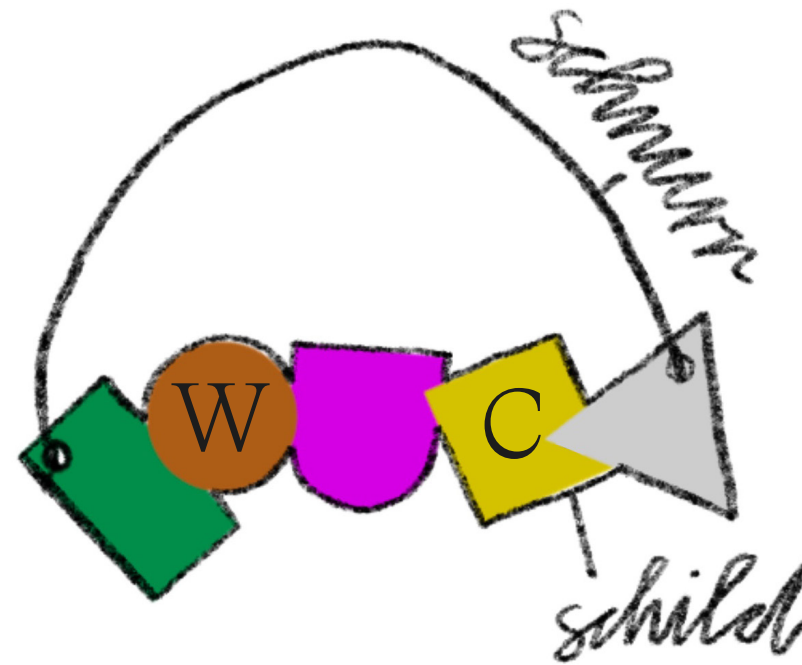


Illustration

Die Illustration des kleinen Geists greift spielerisch die Idee eines Schlossgespensts in alten Häusern auf allerdings in freundlicher Form, um Kindern die Angst zu nehmen. Statt zu erschrecken, hat der kleine Geist eine Aufgabe: zum Beispiel dabei zu helfen, den Schlüssel an den richtigen Ort zu legen.

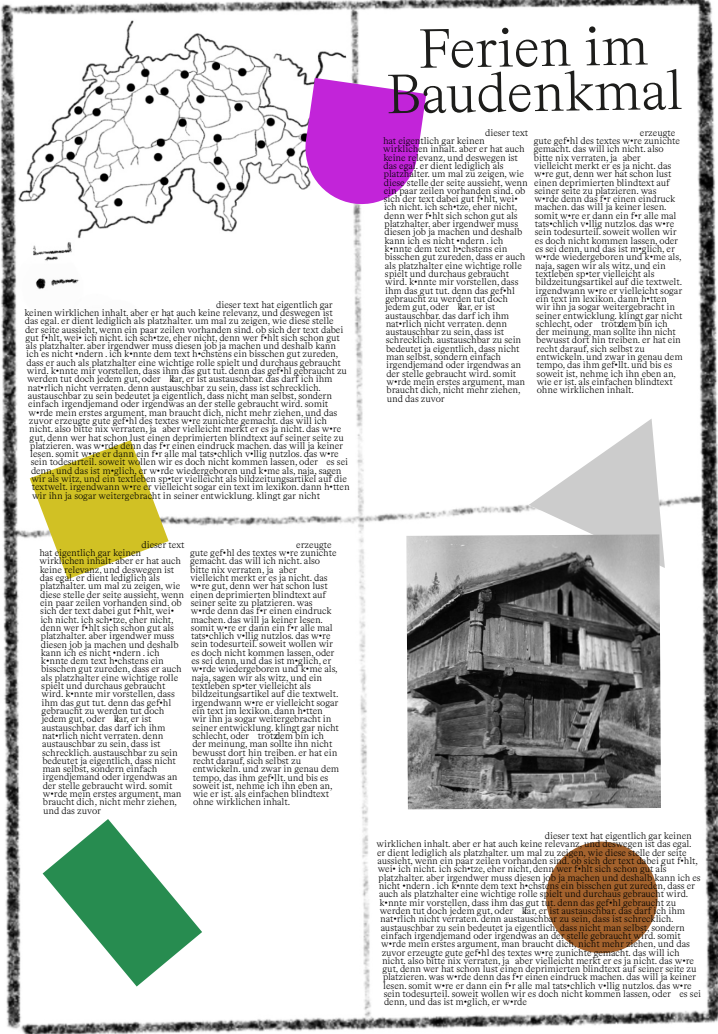
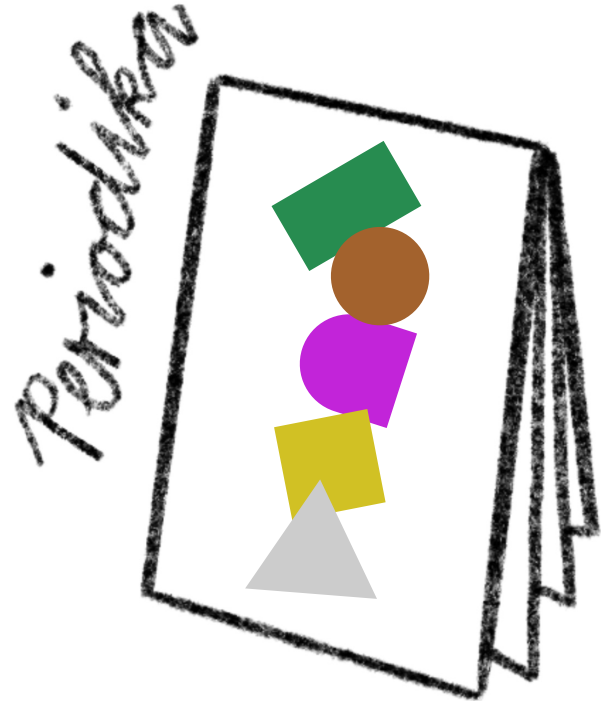
Denkmalgerechte Signaethik und Beschriftung

Um die Baudenkmäler nicht zu beschädigen, habe ich mich bei der Beschriftung für eine einfache, schonende Lösung entschieden: einen dezenten Faden, der beispielsweise im Treppenhaus angebracht werden kann und kleinere Informationen trägt ganz ohne Eingriff in das Bauwerk.



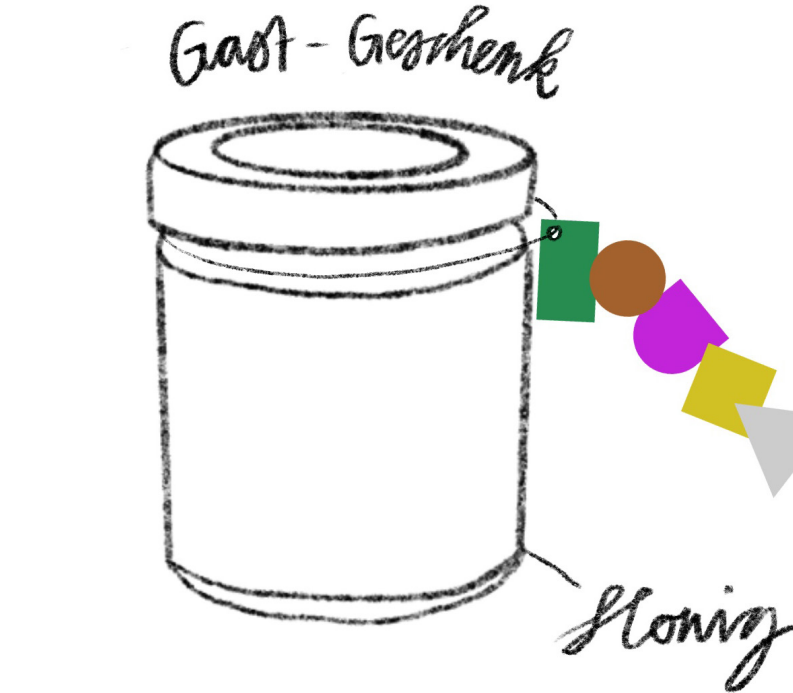
Gästebuch

Bei einem Gästebuch handelt es sich um ein robustes Buch, das in jedem Baudenkmal aufzufinden ist. Darin können die Gäste ihre persönlichen Erinnerungen, hilfreiche Tipps oder liebevolle Botschaften für nachfolgende Besucher/innen hinterlassen.



Periodika

Das Periodikum erscheint monatlich im handlichen Kreuzfalz-Format und wird regelmässig verschickt. Beidseitig bietet es Informationen zu den Unterküften, Interviews sowie hilfreiche Tipps und Empfehlungen rund um Aufenthalt und Umgebung.



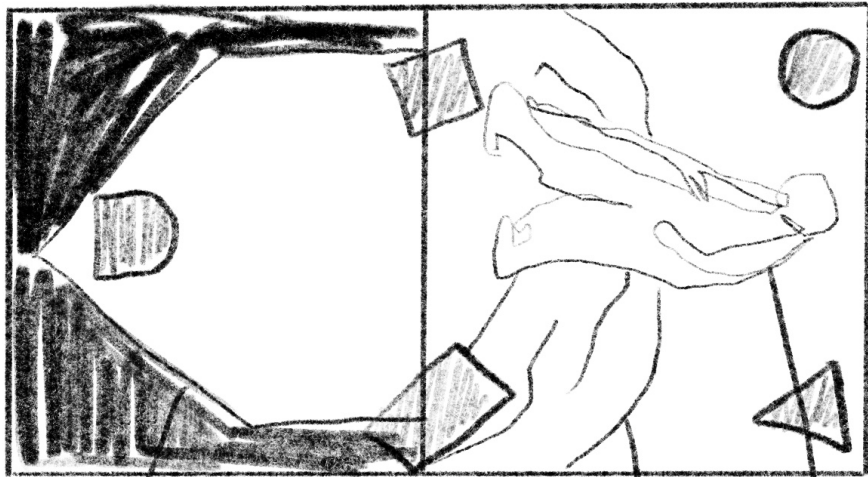
Gastgeschenk, Give Away

Ein regional hergestelltes Produkt, das als besonderes Detail eine kleine Verzierung in Form der Bildmarke erhält dezent angebracht an einem Faden.

Storyboard

Das erste Bild visualisiert wieder die Zweiteiligkeit zum einen das Baudenkmal, zum anderen die Aktivitäten vor Ort. Danach folgen schnell wechselnde Beispiele, bis schliesslich alle Fotografien verschwinden und nur noch die aufgesprungene Bildmarke sichtbar ist. Anschliessend erscheint die Typografie, und zum Abschluss fügt sich die Bildmarke wieder zu ihrer vollständigen Form zusammen.

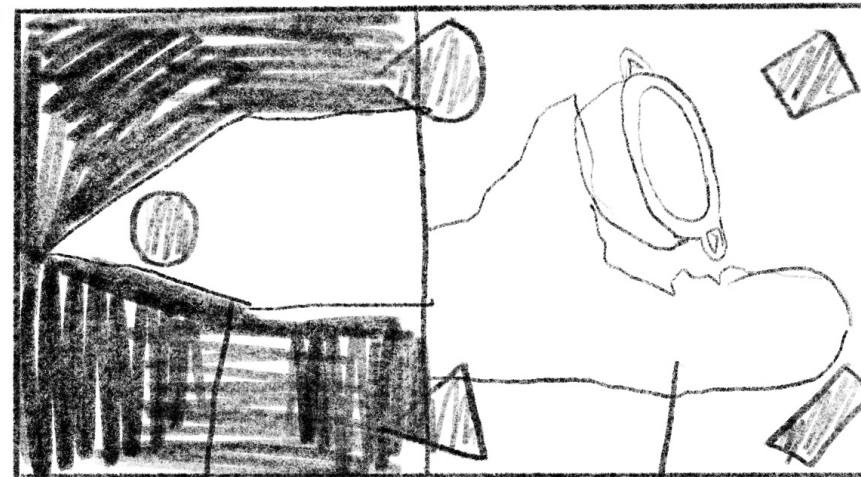
1.



Baudenkmal

Berge wandern

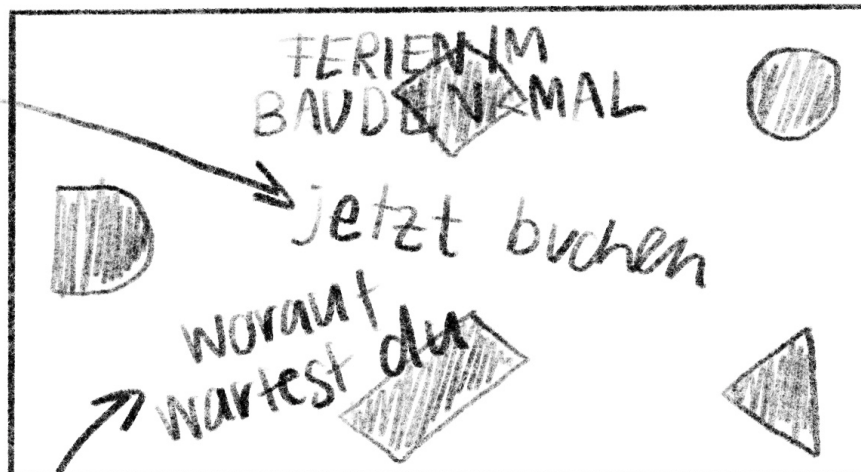
2.



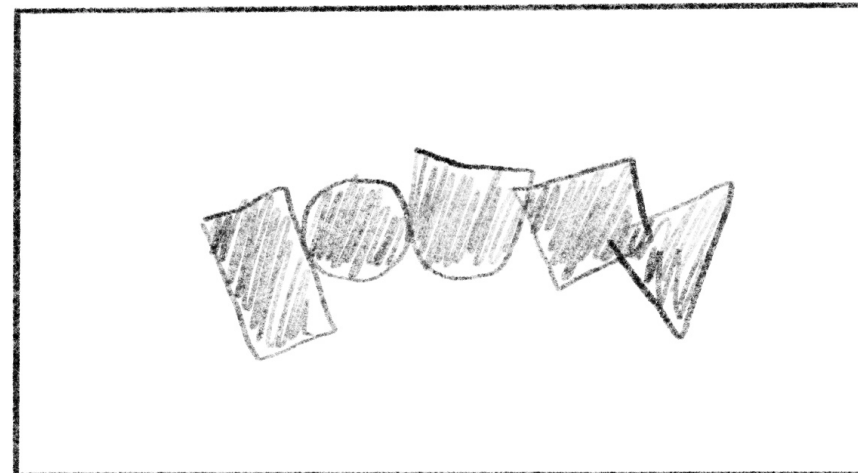
Baudenkmal

Aktivität
Eindruck

3.

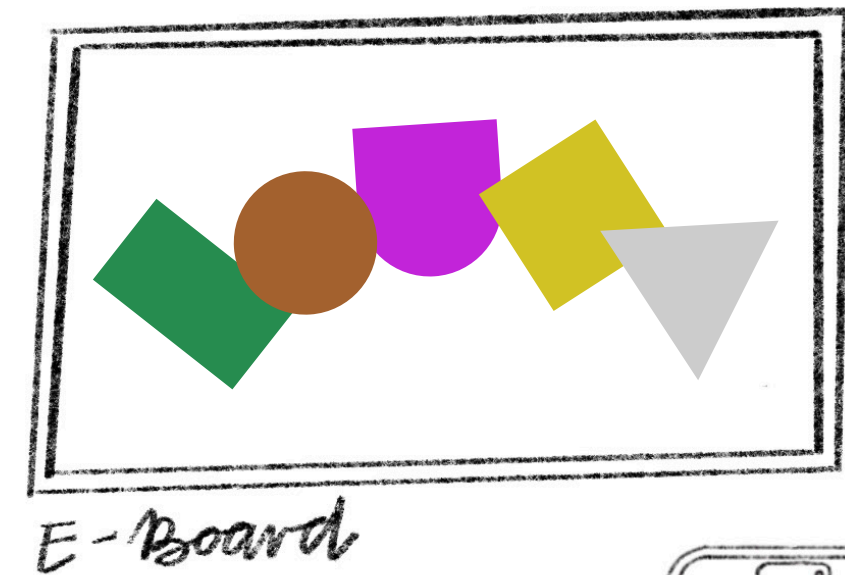
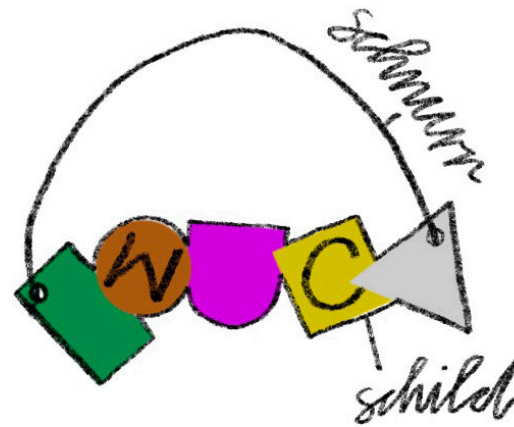
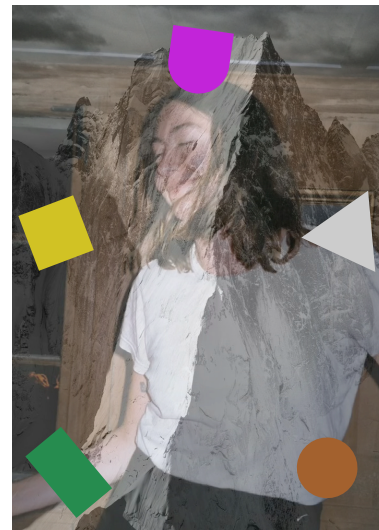


4.

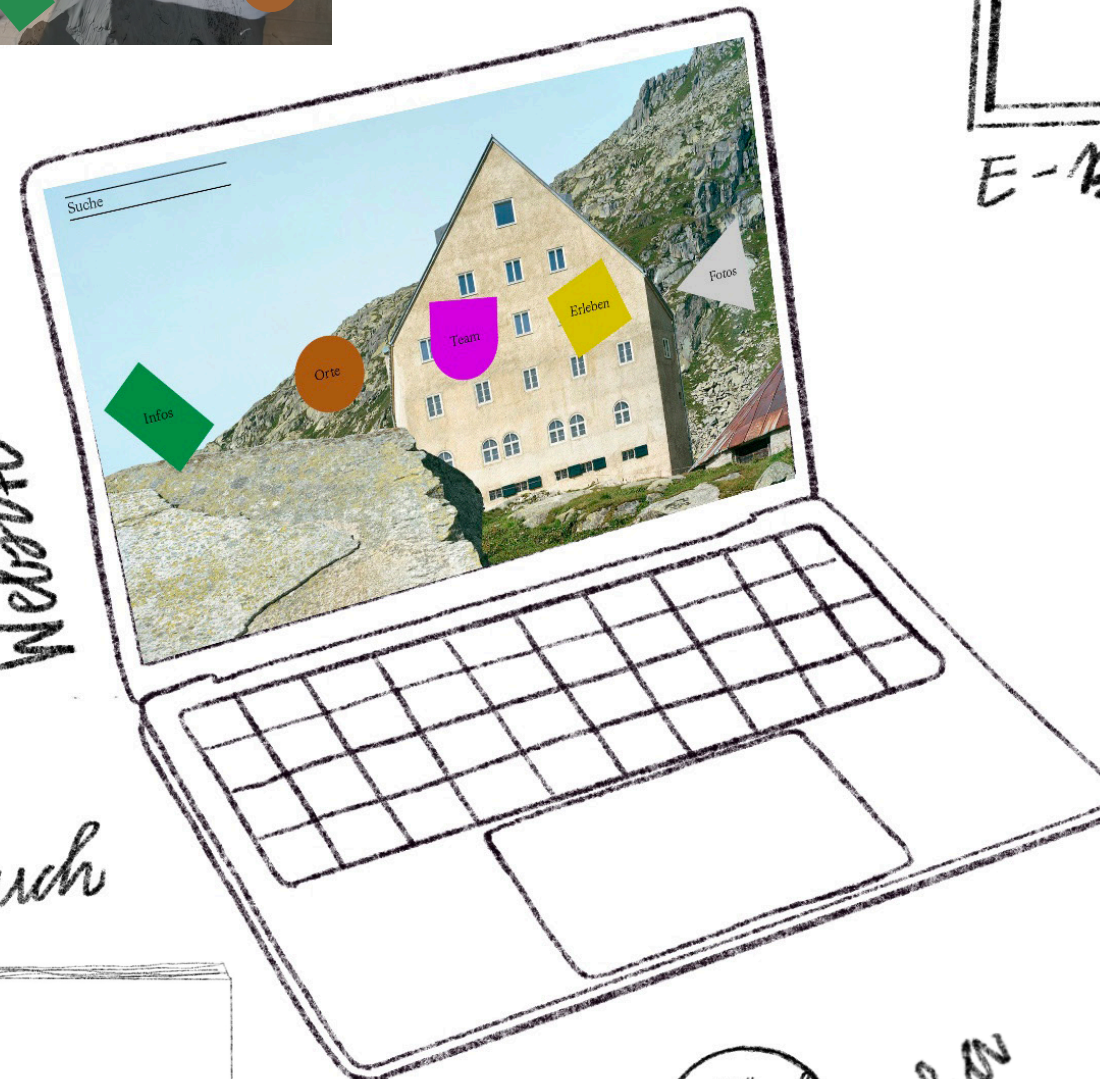


Ferien im
Baudenkmal
Plakate

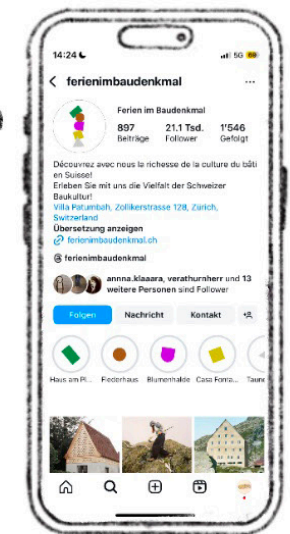
Postkarte



Website



Handy



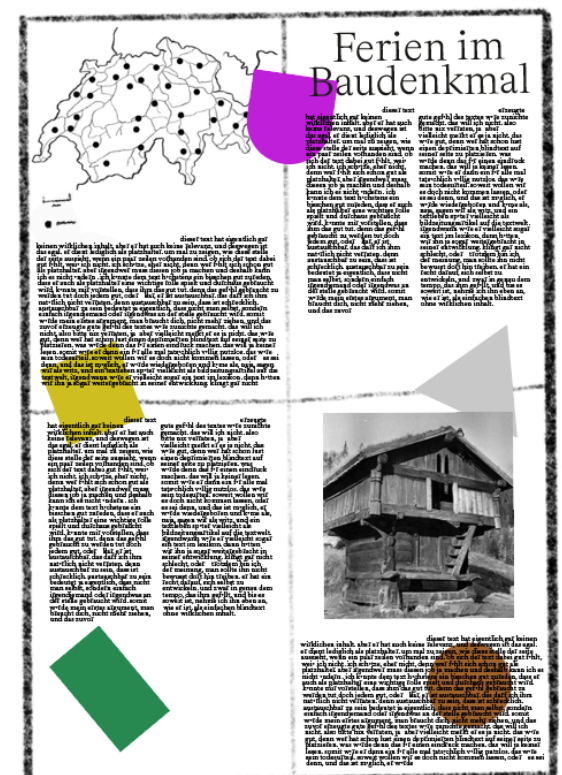
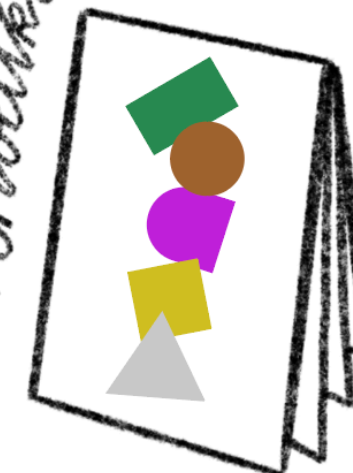
Gästebuch



Gast-Geschenk



Periodika



Mein Fazit

Im Grossen und Ganzen bin ich mit meinem Ergebnis sehr zufrieden und habe meine Ziele grösstenteils erreicht. Besonders gut ist mir gelungen, mit meinem Bildkonzept und Erscheinungsbild ein junges, frisches Design zu schaffen. Es gab einige Herausforderungen und Entscheidungs Schwierigkeiten, und manchmal finde ich die Lesbarkeit noch etwas schwierig, aber insgesamt bin ich mit dem Ergebnis zufrieden.