

Colatest



Fünf handelsübliche Colasorten. Die Preise unterscheiden sich erheblich.

Foto: Martin Keller

Vorbemerkung

Diese Unterrichtseinheit eignet sich als Einstieg für verschiedene Lehrplaneinheiten. Sie kann als Einstimmung für die Bedeutung und den Einsatz von Gestaltung in Eingangsklassen verwendet werden, als Einstieg in die Typografie, das visuelle Marketing, die Gestaltung mit Farbe oder die Thematik der Zielgruppen eingesetzt werden. Im Fach Medienmanagement und Technik kann man mit der Übung in das Thema Marketing einsteigen.

Lernziele

Die UE zeigt, wie wichtig Markenbilder, Corporate Design und Corporate Image sind. Gleichzeitig beweist sie, wie geprägt wir von Marketingstrategien und Markenbildern sind. V

In der Konsumwelt werten Marken ein Produkt auf oder ab. Ein wesentlicher Anteil am Bekanntheitsgrad und Image einer Marke entsteht durch Gestaltung, Werbung, Marketing.

Die Schülerinnen und Schüler erkennen die Rolle, welche Marken, ihr Image und ihre Gestaltung für Konsumenten spielen. Sie erlangen somit die Erkenntnis, dass Gestaltung Entscheidendes zum Markenwert und zur Prägung auf bestimmte Produkte beiträgt. Sie erwerben und vertiefen Grundkenntnisse in einem vektorbasierten Grafik- und Zeichenprogramm. Sie werden in die Themen Corporate Design und zielgruppengerechte Gestaltung eingeführt. Zudem enthält die UE bestimmte Aspekte der Farblehre.

Was Sie für die Übung brauchen:

- » Fünf Sorten Cola aus unterschiedlichen Preissegmenten
- » 20 Pappbecher
- » Vier experimentierfreudige Schülerinnen und Schüler

Ablauf

- » Stellen Sie vier Sätze mit je fünf Bechern zusammen.
- » Nummerieren Sie die Becher von 1 bis 5.
- » Füllen Sie die Nummern mit den gleichen Colasorten, also z. B. alle Becher mit der Nummer 1 mit der Sorte A.
- » Bitten Sie vier Schülerinnen und Schüler, sich als Versuchskaninchen zur Verfügung zu stellen. Die vier Probanden testen nun in aller Ruhe die fünf Colasorten. Die Schülerinnen und Schüler versuchen dann die fünf Colasorten den Bechern zuzuordnen. In der Regel wird das nur zufällig gelingen.

Wichtig

Bei dieser Unterrichtseinheit sollten Lehrerinnen und Lehrer darauf achten, dass sie sich nicht zu sehr in die Rolle der Belehrenden begeben.

Analyse

Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Ergebnisse des Testes schriftlich in Tabellenform.

Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Etiketten und Formen der Flaschen in Tabellenform.

Arbeitsauftrag Cool O'Cola

Die Schülerinnen und Schüler modifizieren nach Zielgruppenvorgabe ein vorgegebenes Etikett farbig.

Falls Sie den Arbeitsauftrag „Cool O'Cola“ etwas realistischer gestalten wollen, besorgen Sie für jeden Schüler und jede Schülerin der Klasse eine 0,5l- Colaflasche vom Discounter. Die Schülerinnen und Schüler können dann die Flaschen mit ihrem „Cool O'Cola“-Etikett versehen.

Arbeitsauftrag

Aufgabe 1

Notiere die Ergebnisse, die der Colatest Deiner Beobachtung nach gebracht hat.



Aufgabe 2

Analysieren Sie die fünf Flaschen mit Hilfe der Tabelle. Schreibe anschließend ein Fazit.

	Afri Cola	Pepsi Cola	Gut & Günstig	Freeway	Coca Cola
Im Etikett verwendete Farben					
Im Etikett verwendete Typografie					
Beschreibung der Motive					
Form der Flasche					

Aufgabe 3

Erstellen Sie zwei „Cool O’Cola“-Etiketten mit einem vektorenorientiertem Zeichenprogramm.

Cool O’Cola-Etikett farbig modifizieren

- » Kopieren Sie das unten stehende Etikett aus der PDF-Datei und vektorisieren es zur weiteren Bearbeitung.
 - » Das Etikett sollte Logo, Barcode, gesetzliche Warenkennzeichnungsangaben, grafische Elemente etc. enthalten.
- » **Erstellen Sie**
1. eine Billig-Version des Etikettes
 2. eine Edel-Version des Etikettes

Um diese Wirkung zu erreichen, kann man das Logo selbst (Typo, „Blasen“), die Typo und den Hintergrund einfärben. Denkt an die Möglichkeit, dass ein grafisches Element immer Fläche und Füllung haben kann. Außerdem können weitere Hintergrund-Farbfelder angelegt werden.



Mögliche Lösungen

Notiere die Ergebnisse, die der Colatest Deiner Beobachtung nach gebracht hat.

Cola-Sorten schmecken zwar leicht unterschiedlich, können aber nicht eindeutig einer Marke zugeordnet werden. Es kann keine Cola als „die Beste“ identifiziert werden. Die Trefferquote bei den Testpersonen ist niedrig und scheint eher zufällig zu sein.

	Afri Cola	Pepsi Cola	Gut & Günstig	Freeway	Coca Cola
Im Etikett verwendete Farben	<i>schwarz-weiß</i>	<i>dunkelblau, rot, weiß, hellblau</i>	<i>rot, weiß, rosa, schwarz, Farbverläufe</i>	<i>rot, weiß, Verläufe in den Motiven</i>	<i>rot, weiß, „Aufkleber“ gelb-schwarz</i>
Im Etikett verwendete Typografie	<i>Fette Serifenlose Minuskeln im Logo, Groteskschrift bei den Pflichtangaben</i>	<i>Serifenlose Minuskeln im Logo, fette Groteskschrift in Versalien bei „Codes...“</i>	<i>Serifenlose Schmuckschrift. Doppelt schwarz-weiß schattiert, fette Groteskschrift</i>	<i>Comic-Sans-ähnliche Schrift. Schattierungen und räumliche Effekte</i>	<i>Geschwungene Schmuckschrift in der Wortmarke. Versale Groteskschrift bei den Pflichtangaben</i>
Beschreibung der Motive	<i>Keine Bilder, geordnete, mittelachsig orientierte Anordnung</i>	<i>Farbfoto-Portrait, Bild-Wort-Marke mittig</i>	<i>Cola-„Wellen“ als Farbfoto im Hintergrund</i>	<i>3-D-Illustration „Wasserflecken“</i>	<i>Micky-Maus-Hände, die Schild halten</i>
Form der Flasche	<i>Individuelle Flasche</i>	<i>1,5 l Petflasche, scheinbar gleiches Produkt wie Freeway</i>	<i>1,5 l Petflasche, ähnelt Pepsi u. Freeway</i>	<i>Siehe Pepsi</i>	<i>Individuelle Flasche</i>

