

Konzeption
Webseite und Marke
Falko Kreskowski
mit CD Manual

1 Briefing

2 Analysen

2.1 Kundenanalysen

2.1.1 Kreuzer

2.1.2 Zander an Lavendel

2.1.3 Rasani

2.1.4 Stadt Leipzig

2.1.5 Nationalbibliothek

2.2 Konkurrenzanalyse

2.3 Marktanalyse

2.3.1 Branchen

3 Zielgruppenanalyse - Ziele

4 Positionierung

5 Kommunikationsbotschaften

5.1 Sprachform

5.2 Fazit und gewünschte Botschaften

6 CD Manual

6.1. Logo

6.1.1 Logoelemente, Bedeutung

6.1.2 Logofarben

6.1.3 Logovarianten

6.1.4 Sperrzonen und Positionierung

6.2 Schriftarten, Schriftschnitte

6.3 Hausfarben

6.4 Bildsprache und Grafikstile

6.5 Responsives Webdesign

7 Beispiel Drucksache

8 Selbstvermarktung, Werbemittel

9 Beispiel Portfolioseite

9.1 Seitenstruktur

9.2 Internetseite Layout

1 Briefing

Webportfolio, um Interesse an einem Bewerbungsgespräch zu wecken, das letztendlich zu einem Praktikumsplatz, im Idealfall zu einer Arbeitsstelle führt. Im Fokus steht aber ein Praktikumsplatz, der mich interessiert, beziehungsweise mich voran bringt. Die Umsetzung erfolgt sowohl auf dem Schulserver, wenn möglich auch auf privater Webseite, was eine spätere Wartung und Aktualisierung erleichtert.

2 Analysen

2.1 Kundenanalysen

**Folgende Agenturen/Stätten sind exemplarisch für einen bestimmten Typus von AG (Angebot, Erscheinungsbild, Kunden) und können ggf. ausgetauscht werden. Es handelt sich hier erst einmal um ein loses Zusammentragen von Stichpunkten, die mir hauptsächlich bei der Ideenfindung zur Praktikumsuche helfen. Hilfreich wäre es, sich Zielgruppenprofile für alle Agenturen anzulegen, die in die engere Auswahl kommen. Das ist aber in unserer Projektzeit einfach nicht möglich, da es einen immensen Zeitaufwand darstellt, alle Kanäle abzuschöpfen (Internetrecherche, Bewertungen, Kundenprofile, Facebookprofile)
Allerdings lohnt sich die Arbeit, da man so die zugeschnittene Tonalität und Bildsprache findet.**

2.1.1 Kreuzer

Etabliertes Stadtmagazin, Subkultur, nicht angestaubt, Praktikumsstelle Bildredaktion, Print- und Web, crossmedial, kompetente Texter

2.1.2 Zander an Lavendel

Marketingagentur, am Markt etabliert, E-commerce, Ideenfindung, nicht nur gestalterisch, sondern auch Texten, Planung, etc

2.1.3 Rasani

Grafik- und Webdesign, am Markt etabliert, Praktikastellen vorhanden, Kontakt vorhanden

2.1.4 Stadt Leipzig

sachlich, effizient, altbacken (trotzdem Eigenschaft als hippe Stadt „Hypezig“) Abteilung PR wird nicht aufgegeben. Interessante und abwechslungsreiche Themen aus allen Bereichen des täglichen Lebens.

2.1.4 Nationalbibliothek

Letztendlich großer Apparat, Personaler/Entscheidungsträger schwer zu ermitteln, sachlich, seriös, erwürdig

2.2 Konkurrenzanalyse

Abschlüsse MGD in Sachsen: Sommer 2019 - 114 Prüfungen, Winter 19/20 - 37 Prüfungen

Durchschnittlich sind die Azubis wesentlich jünger, affiner moderner Technik gegenüber und haben eine längere Ausbildungszeit, was mit höherer Praxiserfahrung einhergeht.

FAM-Ausbildung ist breit gefächert, das heisst, zumindest grundlegende Kenntnisse in PS, InDesign, Illustrator, After Effects.

Meine direkten Konkurrenten sind Alex, Wolfgang und Karsten. In Kreativität bzw Handhabung der Software habe ich kein Alleinstellungsmerkmal. Allerdings habe ich bereits eine abgeschlossene Berufsausbildung und kann diesen bei einem zukünftigen Arbeitsplatz mit ins Feld führen, beziehungsweise kombinieren (Kunst-, Kultur ?) Vorteile sehe ich in Planung und Konzeption beziehungsweise Ideenfindung, insbesondere bei Thematiken, die branchenfremd sind., da ich schon in verschiedensten Arbeitswelten zu Hause war.

2.3 Marktanalyse

Die Jobbörse der Arbeitsagentur bietet einen ersten Überblick. Zur Zeit werden im Raum Leipzig gerade mal sechs Stellen ausgeschrieben. Der Markt an MG ist meiner Meinung nach gesättigt. Hinzu kamen in Sachsen in den letzten zwei Halbjahren durchschnittlich 75 Neu-MG.

Coronabedingt haben etliche Grafikagenturen Aufträge verloren. Dies spielt bei einem Praktikumsplatz eine untergeordnete Rolle (kann sogar Vorteil sein), aber bei einer späteren Übernahme. Trotzdem werden 330 Agenturen im Raum Leipzig gelistet.

MG bedient so ein breites Spektrum, dass ein Praktikum/ Arbeit auch in anderen Branchen möglich scheint. (Q U E R D E N K E N !)

Um dem kleiner werdenden Markt für Printmedien Rechnung zu tragen, beziehungsweise höchst mögliche Flexibilität zu behalten, wäre ein Unternehmen schön, welches crossmedial arbeitet.

2.3.1 Branchen

Typische Felder:

**Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft
in Verlagen**

Werbeagenturen, Werbeabteilungen

Herstellung von Online-Medien

Fotolabors

Atypische Felder:

Büroarbeit und Betreuung von Webseiten Architekturbüro, Immobilienfirmen

Onlinehändler

Bildarchive, Bibliotheken

3 Zielgruppenanalyse / Ziele

Abgesehen davon, dass sich die einzelnen potentiellen Agenturen (Punkt 1.1) in ihrer Aussendarstellung/Selbstwahrnehmung deutlich unterscheiden, sind die jeweiligen Entscheidungsträger in der oberen Mittelschicht bis zur unteren Oberschicht angesiedelt. Dabei reicht das Spektrum von konservativ Etablierten (Establishment) bis zu Performern (Erfüllung durch außergewöhnliche Leistungen im Beruf)

Alle potentiellen Arbeitgeber sehen sich als INNOVATIVE UNTERNEHMEN.

Jeder Unternehmer muss sich auf seine MA verlassen können. Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sind ein Muss für jedes Unternehmen!

4 Positionierung

Ich habe bereits erfolgreich absolvierte Berufs- und Studienabschlüsse, sowie langjährige Erfahrung in verschiedenen Arbeitswelten und -weisen. Mehrmonatige Aufenthalte in fremden Kulturkreisen durch Arbeit und Freizeit beweisen meine Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Aufgeschlossenheit, Neuem gegenüber. Dies schlägt sich auch in meinem Interesse an vielfältigen Themen aus Politik, Gesellschaft und Kultur nieder. Ich arbeite analytisch und ergebnisorientiert. Das bedeutet einen Vorteil bei Gruppen- und Teamarbeit. Dabei verliere ich mich nicht im Klein-Klein, behalte den Überblick und das gewünschte Ergebnis im Fokus. Ich bin empathisch und kann mich gut in die Befindlichkeiten und das Denken meines Gegenübers hineinversetzen.

**„ICH HABE EINE VERGANGENHEIT UND BRINGE
DIESE ALS KAPITAL MIT!“**

5 Kommunikationsbotschaften

5.1 Ich-Botschaften als Sprache

Ich-Botschaften sind eindeutig und handlungsorientiert. Ich-Botschaften wirken selbstsicher. Die Tonalität sollte zwar nicht kumpelhaft, aber doch vertrauenswürdig sein. (Beispiel: ich stelle mich mit Vornamen vor)

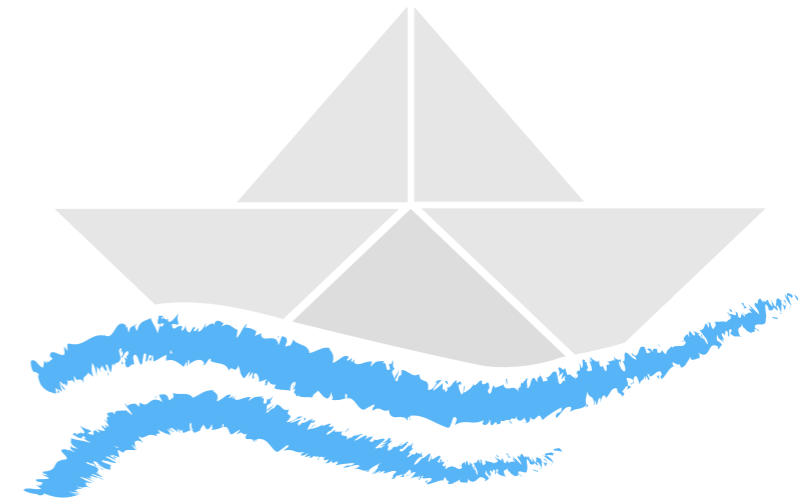
5.2 Fazit aller Vorüberlegungen und Botschaften, die ich vermitteln will:

- Ich bin zuverlässig und pünktlich
- Ich arbeite analytisch
- Ich bin teamfähig
- Ich bin sicher im Wort
- Ich habe eigene Ideen
- Ich bin authentisch
- Kreativität hat viele Facetten

CD Manual

6.1.1 Logoelemente, Bedeutung

Das Logo stellt ein Papierboot auf Wellen dar. Es vermittelt eine gewisse Verspieltheit, aber steht auch für Improvisation. Ferner ist das (Zeitungs-) Papierboot Symbol für meine Affinität zum gedruckten Wort. Es bricht auf zu neuen Abenteuern und verweist somit auf Neuanfang, sowie auf meine Neugier auf neue Dinge. Die Wellen symbolisieren durch ihren Kohlestrichcharakter unruhige See, auf dem ich mit einfacher Kontur gelassen und fest dem Ziel entgegen schwimme. Ein Papierboot kann man aber kaum steuern. Das weist darauf hin, dass ich mich auch gerne mal treiben lasse und gespannt bin, zu welchen neuen Ufern mich das Boot trägt.



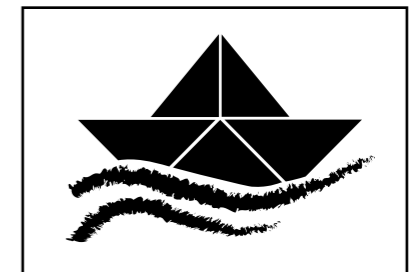
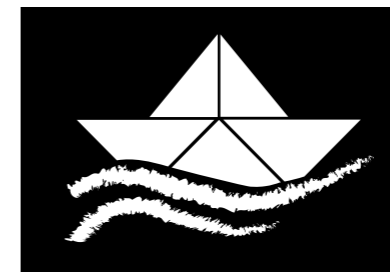
6.1.2 Logofarben

hellgraues Papier auf blauen Wellen, wobei der mittlere Teil des Rumpfes dunkler angelegt ist, um Tiefe zu simulieren und das gefaltete Papier darzustellen.

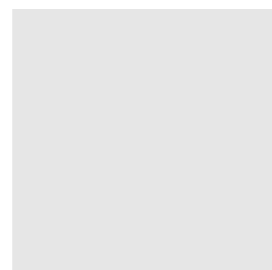
Blau wird mit vielen positiven Eigenschaften assoziiert: Sympathie, Harmonie, Freundlichkeit, Freundschaft. Blau ist die Farbe der Ferne, der Weite und der Unendlichkeit. Blau ist die Farbe des Vertrauens und der Verlässlichkeit.

Grau ist die sekundäre Farbe, die unterstützend für stärkeres Blau wirkt.

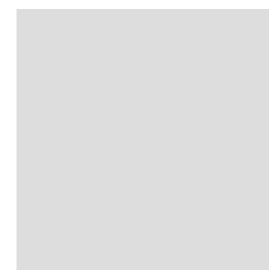
Positive Assoziationen sind aber auch: Bescheidenheit - Neutralität - Sachlichkeit - Zurückhaltung.



RGB
CMYK
Hexadezimal



230|230|230
8% 6% 7% 0%
#E6E6E6



221|221|221
12% 9% 10% 0%
#DDDDDD



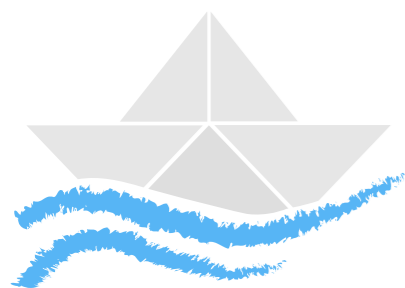
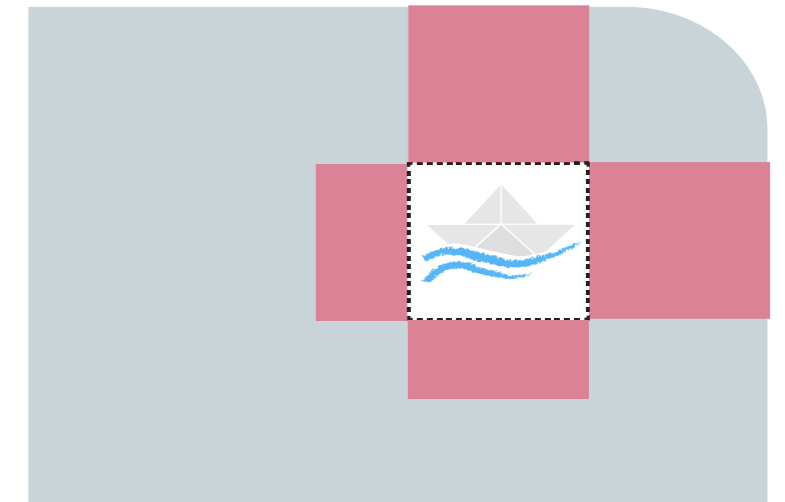
87|180|246
56% 16% 0% 0%
#57B4F6

6.1.3 Logovarianten

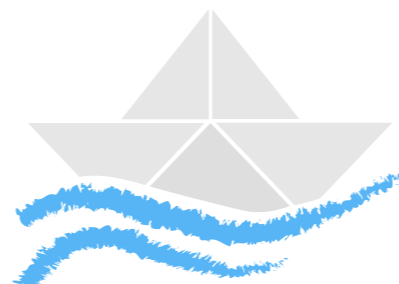
Das Logo existiert sowohl 3-farbig als auch in Schwarz/Weiß, letzteres in den Varianten positiv und negativ. Ferner gibt es eine kleine quadratische Variante 32x32 Pixel, welche als Favicon dient. In diesen Größen werden die Wellen ohne Kohlestift dargestellt. Dies dient der besseren Erkennbarkeit. Es liegt als Vektorgrafik in RGB vor und kann entsprechend den Ausgabemedien geändert werden. ZBsp für Briefbögen, Werbeartikel, etc in den CMYK Farbraum.

6.1.4 Sperrzonen und Positionierung

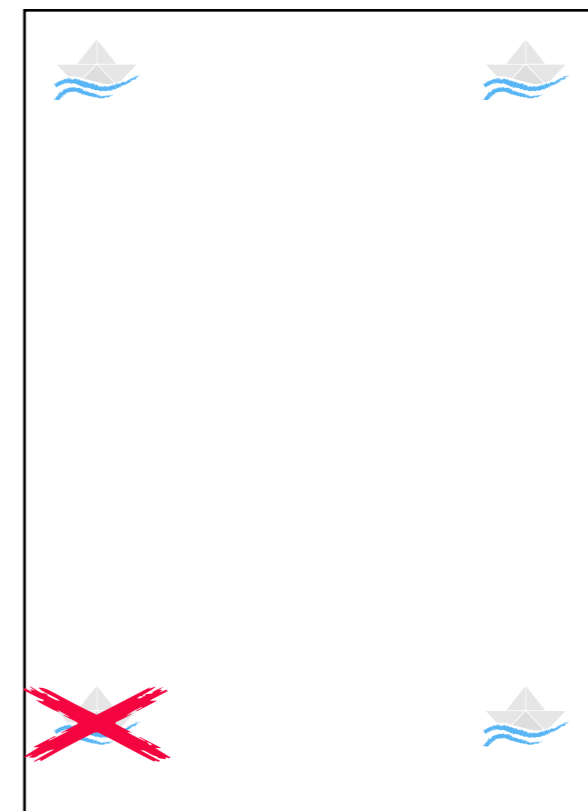
Die Positionierung des Logos und die Grössenanwendung ist ein wesentlicher Bestandteil, um ein einheitliches Auftreten zu ermöglichen und es entsprechend zur Geltung zu bringen. Das Logo darf nur proportional vergrößert/verkleinert werden. Zerrungen und Stauchungen sind nicht zulässig. Das Logo darf nicht durch andere Elemente überlagert werden und die entsprechende Sperrzone ist einzuhalten. Um das Logo liegt eine gedachte quadratische Umrandung (hier gestrichelt dargestellt) X Der Abstand/Sperrzone beträgt zu den Rändern 1X und zu anderen Elementen 1/2X.



**LINKSBÜNDIGER
TEXT**



**ZENTRIERTER
TEXT**



6.2. Schriftarten, Schriftschnitte

Als Hauschrift wird die Lato verwendet. Lato ist eine serifenlose und freie Schriftart von Łukasz Dziedzic und ist in der Google Font Library zu finden. Generell wird beim Webauftritt mit der Lato Black gearbeitet

Strukturierungen durch Headlines, Subheadlines finden nur durch Änderung der Schriftgröße statt.

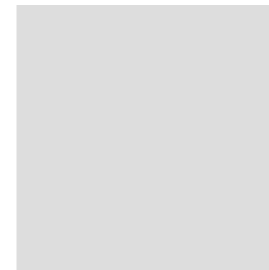
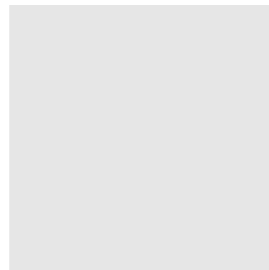
„ZITATE WERDEN IN LIGHT ITALIC UND IN VERSALIEN GESCHRIEBEN.“

Der Verfasser wird dabei in Light darunter gesetzt.

Fliesstexte in Printmedien, wie Anschreiben werden in Lato Regular umgesetzt. Besondere Auszeichnungen variieren nur in der Schriftgröße.

6.3. Hausfarben

Logo



RGB
CMYK
Hexadezimal

230|230|230
8% 6% 7% 0%
#E6E6E6

221|221|221
12% 9% 10% 0%
#DDDDDD

87|180|246
56% 16% 0% 0%
#57B4F6

Schrift &
Flächen
Webseite



RGB
Hexadezimal
Deckkraft

111|51|48
#6F3431
80%

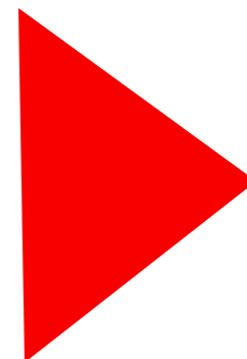
252|182|76
#FCB64C
100%

6.4 Bildsprache und Grafikstile

Um größtmögliche Authentizität zu gewähren werden alle Fotos von mir gemacht. Es werden keine Filter verwendet, es wird nicht nachbearbeitet und Dramatisierung wird vermieden. Ein urbanes Flair im Bild wird bevorzugt. Phantasievolle Graffitis an verlassenen Gebäuden vereinen meine Vorlieben für Kunst, Architektur, Subkultur und Geschichte auf hervorragende Weise. Sollte Grafik zum Einsatz kommen, wird diese auf das Nötigste heruntergebrochen und ein naiver/kindlicher Stil angestrebt.

6.5 Responsives Webdesign

Smartphones: 320px bis 480px Tablets: 768px bis 1024px Computer-Desktop: 1024px+



Die Größe und Auflösung der Displays auf Laptops, Desktop-PCs, Tablets und Mobiltelefonen können erheblich variieren. Aus diesem Grund sind das Erscheinungsbild und die Bedienung einer Website stark abhängig vom Endgerät. Ziel ist es, dass die Website ihre Darstellung so anpasst, dass sie sich jedem Betrachter übersichtlich und benutzerfreundlich präsentiert.

Bilder werden nicht über ihre natürliche Größe skaliert. Hintergrund mit Motiv wird bei kleinen Darstellungen beschnitten, das Logo verkleinert dargestellt und horizontale Menüleiste vertikal umpositioniert.



Ab jetzt werden persönliche Arbeiten mit meinem Logo verziert. Darunter ist bei digitalen Produkten meine Webseite verlinkt.

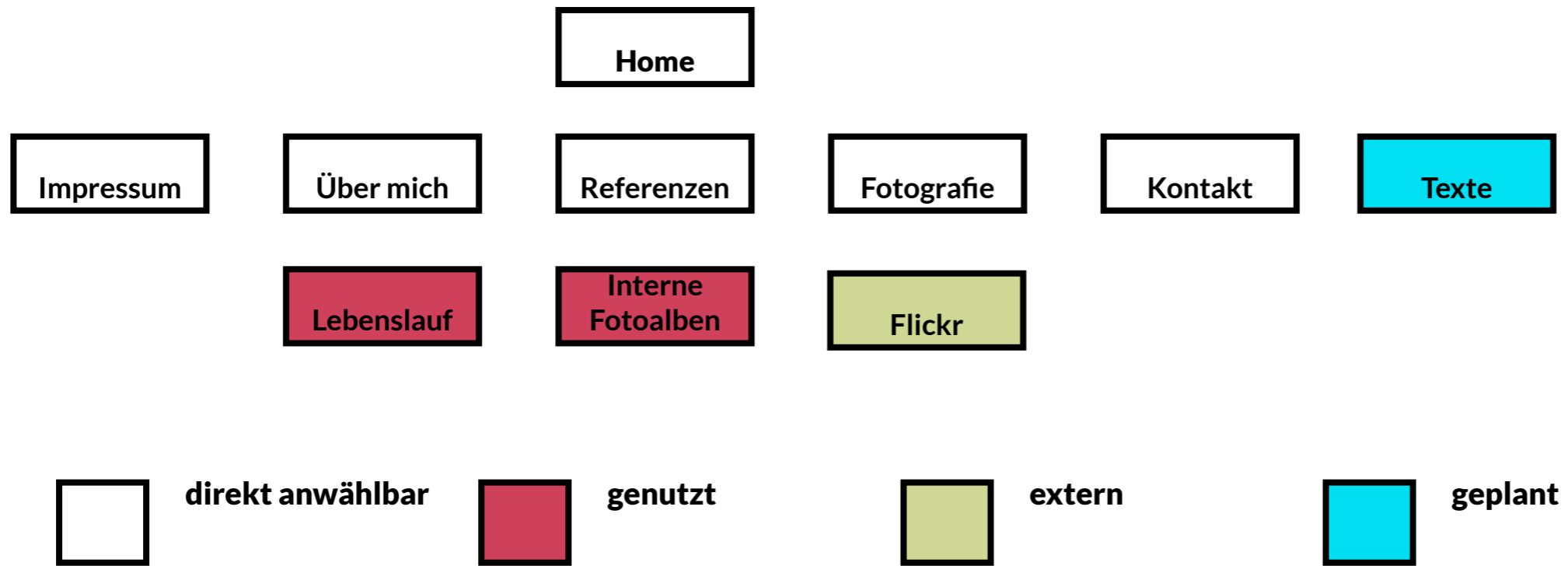
Zusätzlich werden die Postkarten vom AZP Chemnitz auf der Rückseite gestempelt und in den Fächern für kostenlosen Postkarten in der Stadtbibliothek Leipzig ausgelegt.

Die Stempelung gibt dem Ganzen noch eine individuelle Note.



9 Beispiel Portfolioseite

9.1 Seitenstruktur



9.2 Layout Internetseite



[Über mich](#)

[Referenzen](#)

[Fotografie](#)

[Kontakt](#)

„AN DEN SCHEIDEWEGEN DES
LEBENS STEHEN KEINE WEGWEISER“

Charlie Chaplin

[Über mich](#)[Referenzen](#)[Fotografie](#)[Kontakt](#)

Hallo! Ich bin Falko, Jahrgang 1974 und ich befinde mich zur Zeit in meiner Umschulung zum Mediengestalter Digital/Print.

In meiner Freizeit beschäftige ich mich schon seit vielen Jahren kreativ mit Texten, Grafik und Bildbearbeitung in digitalen Medien. Ich freue mich sehr darauf, dies in meinem zukünftigen Beruf einfließen zu lassen.

Darüber hinaus begleitet mich ein ausgeprägtes Interesse an unterschiedlichen Themenbereichen aus Politik, Gesellschaft, Kunst, Weltkulturen und Geschichte. Neues Wissen anzueignen bereitet mir Freude.

Das können Sie von mir erwarten:

- Analytisches Denken und zielorientiertes Arbeiten
- Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit
- Flexibilität und Teamfähigkeit

[Lebenslauf als PDF](#)



[Über mich](#)

[Referenzen](#)

[Fotografie](#)

[Kontakt](#)

Postkartenserie „The Funimals“

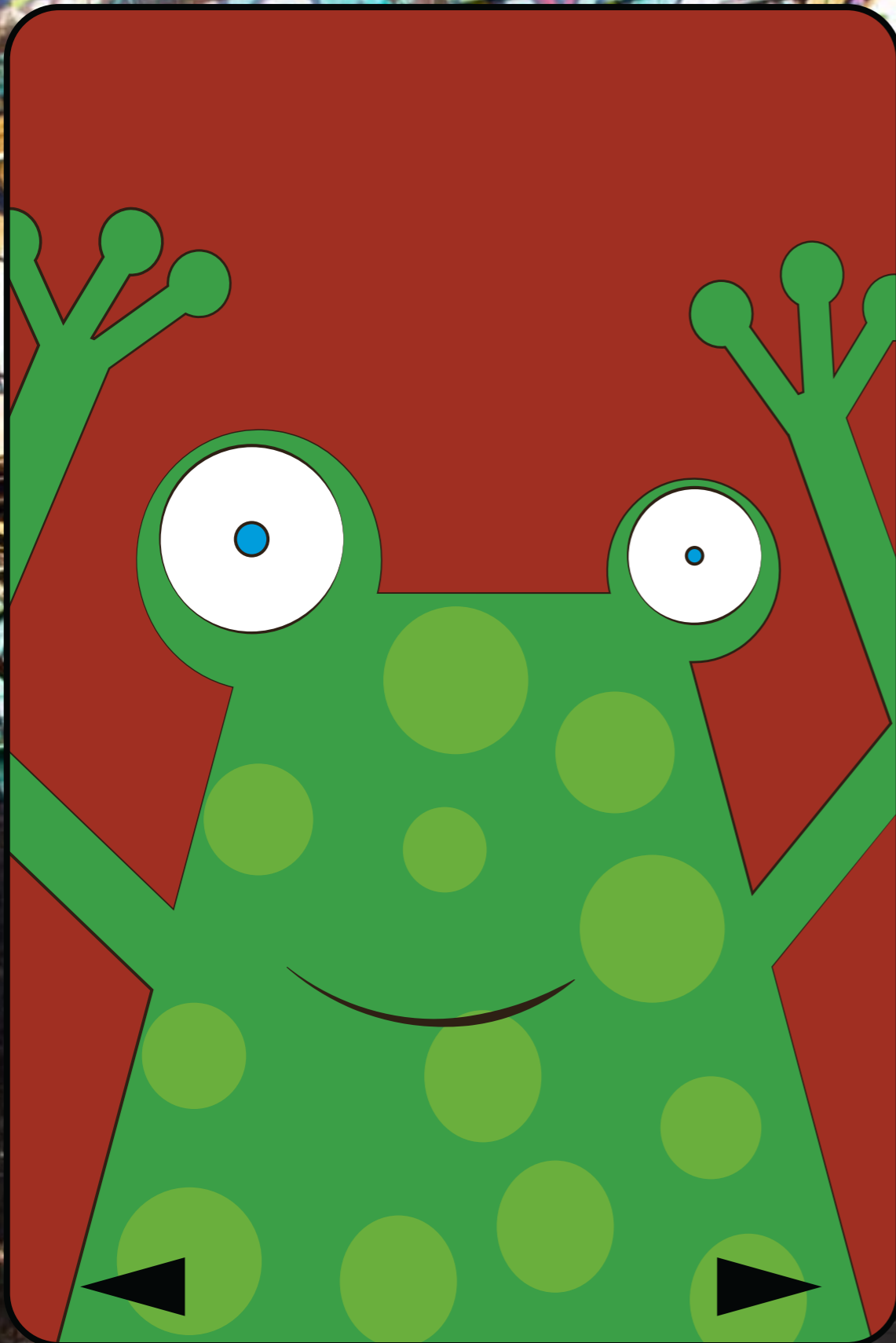
Kalenderblätter 2021

Covergestaltung

Flyer

Typografie

Konzeption





[Über mich](#)

[Referenzen](#)

[Fotografie](#)

[Kontakt](#)

Falko Kreskowski

kreskowski.falko@outlook.de

Grassstrasse 27 | 04107 Leipzig

Mobil: 01786563210

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Falko Kreskowski
Geburtsdaten	12.02.1974 in Weißenfels (Sachsen-Anhalt)
Adresse	Grassstraße 27 04107 Leipzig
Telefon	01786563210
E-Mail	pronko74@googlemail.com

Beruflicher Werdegang

seit 10/2019	Umschulung zum Mediengestalter (Digital/ Print) an der Fernseh Akademie Mitteldeutschland in Leipzig
07/2019	Umzug nach Leipzig
01/2000 – 12/2018	Gealan Fenster-Systeme, Tanna (Thüringen) Produktionsarbeiter im Bereich Kunststoff- und Kautschuktechnik
10/1995 – 10/1999	Grenzlandkaserne, Oberviechtach (Bayern) Zeitsoldat der Bundeswehr Hauptgefreiter

Ausbildung

09/1993 – 06/1995	Staatliche Fachschule für Bau, Wirtschaft und Verkehr, Gotha (Thüringen) Staatlich geprüfter Techniker der Baudenkmalpflege
09/1990 – 06/1993	Ingenieurhochbau Gera (Thüringen) Ausbildung zum Maurer
08/1980 – 06/1990	Polytechnische Oberschule, Tanna (Thüringen) Realschulabschluß

Interessen & Hobbies

Geschichte,
Literatur, kreatives Schreiben
Fotografie,
Pen & Paper Rollenspiele

Kenntnisse

Fremdsprachen	Englisch – gute Kenntnisse, konversationssicher Russisch – erweiterte Grundkenntnisse Portugiesisch - erweiterte Grundkenntnisse
EDV-Kenntnisse	Photoshop, Indesign, Illustrator Gimp, Open Office
Führerschein	Klasse III (bis 7,5 t)