

CORNELL IPA



Lara Steinlin
IPA-Dokumentation
14.04. - 01.05.2025

**Doppelseitiges Comic für
das GKB-Kindermagazin.**

Inklusive Wettbewerb und Animationen.



**Graubündner
Kantonalbank**

Inhaltsverzeichnis.

Vorwort	03
Teil 1	04
IPA detaillierte Aufgabenstellung	04
Projektmanagement Methode	06
Deklaration der Vorarbeiten	08
Verwaltung der Dokumente	09
Projekt-/Zeitplan	11
Arbeitsjournal	15
Teil 2	25
Konzepteinführung und Zielsetzung	25
Zielgruppendefinition	26
Cornell Styleguide	29
Ideenfindung	30
Storyboard	33
Design	36
Animation	54
Export und Qualitätssicherung	58
Test und Feedback	61
Zielgruppenanalyse	64
Teil 3	66
Persönliches Fazit	66
Rechtliche Rahmenbedingungen	68
Quellenverzeichnis	71
Abbildungsverzeichnis	72
Glossar	77
Anhänge	79

Vorwort.

Das Cornellclub Magazin ist eine wiederkehrende Publikation für Kinder im Alter bis 12 Jahren, welche die GKB in Zusammenarbeit mit der Agentur «Jaywalker» herausgibt. «Jaywalker» erstellt den zielgruppengerechten Content, welcher durch Inhalte der GKB ergänzt wird. Herzstück des Magazins ist ein Comic, aus welchem jeweils ein eigenes Büchlein entsteht (Cornellini). In den letzten vier Jahren war ich direkt an den meisten Aspekten der Produktion beteiligt - insbesondere an der Vorbereitung der Druckdateien für das Magazin und die Cornellini-Büchlein sowie an der Verwaltung der Veröffentlichungen in den sozialen Medien und auf der Website (gkb.ch/familie).

Bisher wurde der Comic jeweils extern von Mathias Durisch konzipiert und illustriert, da uns die Ressourcen und die zeichnerischen Fähigkeiten fehlten, um ihn selbst halbjährlich zu produzieren. Es entstand die Idee, den beliebten Cornellini-Comic intern zu machen, wobei ich sowohl die Illustration als auch die Gestaltung übernehmen sollte.

Das Zeichnen war schon immer eine persönliche Leidenschaft von mir, und im Laufe der Jahre hatte ich die Gelegenheit, es in verschiedene Projekte einzubringen. Die Übernahme des Comics fühlte sich wie ein natürlicher nächster Schritt an, weshalb ich mich entschloss, die Herausforderung anzunehmen.

Herzlichen Dank.

Vielen Dank an alle, die mich bei diesem Projekt unterstützt haben. Ein besonderes Dankeschön geht an die Druckerei, die sich nicht nur die Zeit genommen hat, mir alles zu erklären, sondern auch den Druck übernommen hat. Ein grosses Dankeschön an Petra Caviezel, die mir bei den Textinhalten unterstützt hat.

Mein grösster Dank gilt meinem Ausbildner Patrick Julier, der mich immer wieder inspiriert hat, kreativ zu sein, mich gefördert hat und mir geholfen hat, mein Potenzial über die Jahre auszuschöpfen.

Ein weiterer Dank gilt an meinen beiden Expertinnen Susanna Scolieri und Zoe Hartmann, für ihre Zeit und Unterstützung während des IPA-Prozesses.



IPA detaillierte Aufgabenstellung.

Ausgangslage.

Das Cornell Magazin ist ein wiederkehrendes Produkt, das durch uns in der Kreation finalisiert wird. Lara hat das Projekt meistens direkt begleitet, weshalb die Idee entstand, ein Comic zu erstellen. Das Zeichen macht Lara besonders Spass. Darum hat Sie sich für diese Projektarbeit entschieden.

Detaillierte Aufgabenstellung.

Resultat:

- Wir erwarten ein ansprechendes und unterhalten-des Comic, bestehend aus Illustrationen und Text. Die Sprache soll einfach sein und an die Zielgruppe angepasst.
- Die Druckversion ist das Hauptprodukt. Das Comic wird auf eine Doppelseite gedruckt. Die Druckanforderungen müssen mit der internen Druckerei abgeglichen und eingehalten werden. Das Format einer Seite ist A5.
- «Cornell» muss im ganzen Comic konsistent an die Vorlage des Original-Charakters angelehnt und erkennbar sein.
- Die Botschaft des Comics ist zu definieren. Sie kann direkt visibel sein oder unterschwellig im Comic integriert werden.
- In dem Comic muss ein Rätsel integriert sein. Es kann sich dabei um eine Such- oder Zählaufgabe handeln. Dabei muss das Rätsel von der Zielgruppe (Kinder) einfach gelöst werden können.
- In der Entwurfsphase erwarten wir zwei Entwürfe/Skizzen des Comics, von denen eine ausgearbeitet wird. Die Skizze wird mit dem internen Verantwortlichen abgenommen und anschliessend ausgearbeitet. Der Grad der Ausarbeitung der Entwürfe

ist skizzenhaft und sehr einfach zu halten.

- Die digitale Version muss eine Adaption und mediengerecht aufbereitet sein. Geplant ist eine Instagram Story, die auf das Comic aufmerksam macht. Die Story wird leicht animiert und muss den Vorgaben von Instagram entsprechen.
- Eine weitere digitale Version wird für die DOOH Screens der GKB aufbereitet. Diese muss den technischen Vorgaben des Systems entsprechen.

Prüfbare Ziele:

- Ist das Comic als solches erkennbar und auf einer Doppelseite abgebildet?
- Entspricht «Cornell» seiner Original-Vorlage?
- Wurde eine Zielgruppenanalyse durchgeführt?
- Spricht das Comic die Zielgruppe an? (Testgruppe mit Kindern)

Tests:

- Stimmen die Resultate mit der Aufgabenstellung überein?
- Begeisterungstest mit der Zielgruppe: Finden sie das Comic ansprechend?

Mittel und Methoden.

Mittel sind folgende Produktionsschritte:

1. Ideenfindung mittels Projektmanagement Methode
2. Storyboard / Entwürfe
3. Digitale Zeichnung
4. Colorierung
5. Typographie
6. Druckvorstufe

Einzusetzende Software:

Microsoft Word, Outlook, Krea.ai (AI), Adobe Fresco



Abb. 1: Tage, an denen an der Facharbeit gearbeitet wird - PkOrg

	MONTAG	DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG
KW 16	14. April 2025	15	16	17	18
Vormittag	Schule	IPA	IPA	IPA	Karfreitag
Nachmittag	Schule	IPA	IPA	IPA	
KW 17	21	22	23	24	25
Vormittag	Ostermontag	IPA	IPA	IPA	IPA
Nachmittag		IPA	IPA	IPA	IPA
KW 18	28	29	30	1. Mai	2
Vormittag	Schule	IPA	IPA	IPA	
Nachmittag	Schule	IPA	IPA	IPA	

Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Acrobat PDF, Adobe After Effects, Adobe Media Encoder

Vorgaben:

Charakter Vorlage «Cornell»

Vorkenntnisse.

Lara hat Vorkenntnisse in allen Multimedia Bereichen. Alle der oben genannten Techniken und Softwares wurden bereits mindestens einmal in den letzten drei Jahren eingesetzt.

Abgrenzungen.

Inhalt des Magazins:

Es ist wichtig zu erwähnen, dass der Rest des Cornell Sommer Magazins inhaltlich von unserer externen Agentur Jaywalker erstellt wird. Das Ändern oder Erstellen anderer Inhalte als des Comics ist nicht Teil dieses IPA-Projekts.

Neue Lerninhalte.

Jeder einzelne Arbeitsschritt wurde bereits in anderen Produktionen umgesetzt. Neu ist, die gesamte Aufgabe als Ganzes in einem Stück durchzuführen.

Arbeiten in den letzten sechs Monaten.

Bei der GKB sind die Lernenden direkt an der Produktion beteiligt und können sich in allen Bereichen der

Mediamatik austoben. Die letzten zwei grossen Projekte waren:

- Projektleitung Cornell Engagement / Magazin, Druck und Publikation, Druckmanagement, Vorbereitung eShop, Screen DOOH von der aktuellen Ausgabe, Adaption für die Website.
- PSV (Kunden-Grossveranstaltung): Einladungskarte und Gäste-management

Tools:

Microsoft Word, Outlook, Krea.ai (AI), Adobe Fresco, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Acrobat PDF, Adobe After Effects, Adobe Media Encoder



Abb. 2: GKB Cornell Magazin Herbst / Winter 2024 + Cornellini-Büchlein – Beispiel von letztes Projekt



Abb. 3: GKB Cornell – Charakter Vorlage

Projektmanagement Methode, IPERKA.

Für die Erstellung des zweiseitigen Comics, einschliesslich Rätsel und Animationen, wurde die IPERKA-Projektmanagementmethode gewählt. Diese bietet einen strukturierten Prozess, der aus der Ausbildung bekannt ist. Aufgrund ihrer häufigen Anwendung in der Schule gilt diese Methode als effektiv, um Aufgaben zu organisieren, klare Ziele zu setzen und eine reibungslose Koordination aller Projektkomponenten zu gewährleisten. Der systematische Ansatz hilft, während des gesamten kreativen Prozesses den Überblick und die Klarheit zu bewahren, und ist daher ideal für die Verwaltung der künstlerischen und der Marketing-Aspekte des Projekts.

1. Informieren.

Es werden relevante Informationen über Druckanforderungen, Spezifikationen und Dateiformate gesammelt. Der Projektumfang und die bisherigen Arbeitsabläufe werden in Gesprächen mit der Projektleiterin geklärt. Die Markenidentität von Cornell wird analysiert, um Konsistenz zu gewährleisten. Einblicke in frühere Comic-Entwicklungsprozesse durch den externen Illustrator Mathias Durisch werden geprüft.

2. Planen.

Ein Zeitplan mit Meilensteinen wird festgelegt. Die Zielgruppe wird definiert und analysiert, und es wird ein Storyboard mit zwei bis drei Skizzen entwickelt. Erforderliche Software und Tools (z. B. Adobe Fresco) werden definiert. Druckanforderungen und -termine werden mit der internen Druckerei geklärt.

3. Entscheiden.

Es werden Entscheidungen über die Handlung des Comics, den visuellen Stil, die Typografie und über das Rätsel-Konzept getroffen. Ein endgültiger Entwurf wird auf der Grundlage von Skizzen und nach finalem Feedback ausgewählt. Die Adaption für soziale Medien und Schaufensterscreens (DOOH) wird geplant. Alle Entscheidungen werden im Hauptbericht dokumentiert und begründet.

4. Realisieren.

Die Illustrationen werden in Adobe Fresco gezeichnet, gefolgt von der Farbgebung und der Integration der Typografie in InDesign. Das Rätsel wird eingebettet, um sicherzustellen, dass es ansprechend und lösbar ist. Die Druckversion wird vorbereitet und eine animierte Instagram-Story und die Screens werden entworfen, um den Comic zu bewerben. Der Fortschritt wird durch Screenshots dokumentiert.

5. Kontrollieren.

Der gesamte Text wird korrekturgelesen, um Verständlichkeit und Korrektheit zu gewährleisten. Der Comic wird einer Designprüfung unterzogen, um die Konsistenz der Cornell-Charakter sicherzustellen. Es

wird ein Testdruck erstellt, um die Farbgenauigkeit und Lesbarkeit zu überprüfen. Ein Zielgruppentest wird durchgeführt, um die Attraktivität zu beurteilen. Ausserdem werden Rückmeldungen von den Stakeholdern eingeholt. Erforderliche Anpassungen werden vorgenommen.

6. Auswerten.

In der letzten Phase werden der Erfolg des Projekts und die Lernergebnisse anhand der folgenden Fragen bewertet:

- Erfüllt der endgültige Comic alle ursprünglichen Ziele? (Zielsetzungen im Konzept)
- Entspricht er dem etablierten Stil und der Zielgruppe des «Cornellclub»-Magazins?
- Wie hat die Zielgruppe auf den Comic reagiert?
- Welche Herausforderungen traten auf, und wie wurden sie gelöst?
- Welche Verbesserungen können für künftige Projekte vorgemerkt werden?

Der gesamte Arbeitsablauf wird überprüft und die wichtigsten Erkenntnisse werden in einem persönlichen Fazit dokumentiert.

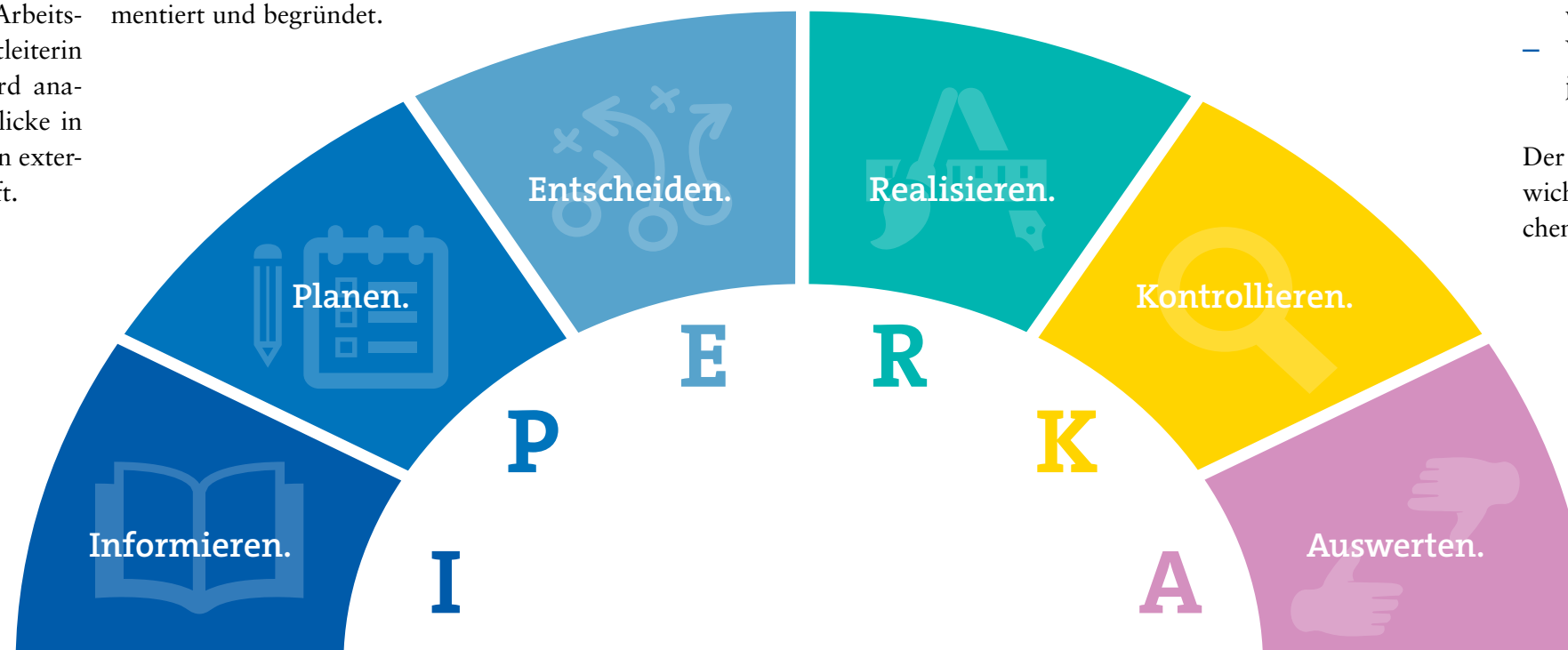


Abb. 4: grafische Darstellung der IPERKA-Methode

Deklaration der Vorarbeiten.

Informieren – «I» von IPERKA.

Vorinformation und Abklärungen mit der Druckerei:
Da das Hauptprodukt dieses Projekts gedruckt werden muss, habe ich die interne Druckerei darüber informiert, dass sowohl das Magazin als auch meine Unterlagen in der Woche vom 28. April gedruckt werden müssen. So könnten sie den Druck einplanen. Um einen reibungslosen Druckprozess zu gewährleisten und Materialabfall zu minimieren, haben wir auch das Format der Druckdatei, die notwendigen Druckvorgaben und den optimalen Druckdateityp abgestimmt.

«Cornell» Projektaufwand, -ablauf und weitere Details mit der Projektleiterin:

Obwohl ich Erfahrung mit dem Cornell-Projekt habe, habe ich den Comic noch nie selbst gezeichnet. Es war wichtig für mich, die Projektleiterin zu fragen, wie viel Zeit zur Verfügung steht, wie die Zusammenarbeit mit «Jaywalker» (Ersteller des gesamten Magazins) aussieht und wie sie normalerweise die Aufgaben stellt. Der Prozess, in dem die Storyline und die Illustrationen von *Mathias Durisch* im Vorfeld erstellt wurden, konnte mir bei meiner Herangehensweise und Zeiteinschätzung helfen.

Potentielle Teilnehmende für die Testgruppe.

Da ich für die IPA eine Testgruppe von Kindern benötige, ist es wichtig, so bald wie möglich mit den Eltern der potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Kontakt zu treten und ein Datum festzulegen. Meine IPA findet während der Schulzeit statt, was bedeutet, dass es schwieriger ist, Kandidaten zu finden, welche Zeit dafür haben und auch bereit sind, teilzunehmen.

Glücklicherweise habe ich zwei Eltern mit Kindern einer gemischten Altersgruppe und Geschlechtern (insgesamt 4 Kinder) gefunden, die bereit sind, mir zu helfen. Wie und wo der Test abläuft, wird zu einem späteren Zeitpunkt festgelegt.

Offenen Daten bei der Agentur «Jaywalker» einholen.

«Jaywalker» ist für das Layout und den Druck des zweimal jährlich erscheinenden Cornell Magazins verantwortlich. Da der Comic ein Teil dieses Magazins sein wird und intern von der GKB-Druckerei für die IPA gedruckt wird, war es wichtig, dass wir die offenen Dateien von ihnen bekommen, um das Endprodukt herzustellen. Dies wurde vor dem Start der IPA mit Nadia Schnueriger, Projektleiterin Marketing bei «Jaywalker», koordiniert.

Vorlagen.

Wie empfohlen wurden die Dokumentationsvorlagen inklusive des Zeitplans und des Arbeitsjournals im Voraus entworfen und gestaltet, um während der IPA-Wochen Zeit zu sparen und um ein einheitliches Design zu schaffen.

Verwaltung der Dokumente.

Umgang mit Daten und Datensicherung.

Nextcloud:

Nextcloud, oder «MakoShare», ist das Cloud-System, das die Abteilung Marketing und Kommunikation der Graubündner Kantonalbank nutzt. Hier können wir alle unsere Dateien synchronisieren und miteinander zusammenarbeiten. Die Ordner und Dateien werden regelmässig gesichert als Backup und sind über jeden Computer, der mit dem Server verbunden ist, erreichbar. Diese Cloud und ihre Inhalte werden von der externen IT-Firma *Inventx* betrieben. Für den Fall, dass bei uns etwas schief geht, gibt es ein sicheres Backup.

NAS-Server Studio:

Der NAS-Server ist in unserem Studio bei der GKB eingebaut. Dieser Server wird in der Regel für die Foto- oder Videoproduktion vom Multimedia-Team im Marketing verwendet. Er dient als sicherer Backup-Speicher für grössere Projekte, um das Risiko des Verlustes wertvoller Daten zu minimieren. Für diese IPA wird der NAS-Server in gleicher Weise genutzt, falls Nextcloud einmal offline sein sollte oder ein anderes Problem auftritt. Jeden Tag am Abend wird eine Sicherungskopie erstellt.

Backup Festplatte:

Es besteht immer noch das Risiko, dass sowohl Nextcloud als auch der NAS-Server ausfallen oder Probleme haben könnten. Um auf Nummer sicher zu gehen, wird jeden Abend eine dritte Kopie der aktuellen Dateien auf eine externe Festplatte gelegt. So kann das Projekt weitergeführt werden, ohne dass eine Cloud oder ein Server benötigt wird.

Dokumenten-Management/-Struktur.

Unsere Nextcloud hat eine feste Ordnerstruktur, um alles übersichtlich zu halten. Jedes Projekt hat einen Hauptordner mit einem kurzen Projekttitel. Darin gibt es Unterordner für verschiedene Aufgaben und Phasen, die zu diesem Projekt gehören, so dass es einfach ist, Dateien zu finden und zu verwalten. Die Unterordner sind ebenfalls kurz und präzise benannt.

Dateibenennung:

Die Dateien in den Ordnern müssen auf eine bestimmte Art und Weise benannt werden, damit direkt ersichtlich ist, um welche Datei es sich handelt, welches Erstellungsdatum und welche Versionsnummer sie hat.

JahrMonatTag_Titel_V#.dateityp
z. B. 20250501_IPA_Dokumentation_V3.pdf

Leerzeichen sind nicht erlaubt, stattdessen müssen Unterstrich verwendet werden. Sonderzeichen müssen ausgeschrieben werden (z. B. ä = ae).

Ordnerstruktur:

Die IPA-Projektordnerstruktur ist so konzipiert, dass alle Projektdateien gut organisiert und leicht zugänglich sind. Sie ist in vier Hauptkategorien unterteilt:

- **01_Vorgaben** – Enthält Anforderungsmaterial, das auf PkOrg.ch für IPA-Kandidaten verfügbar ist
- **02_Dokumentation** – Enthält die Vorlage, das Arbeitsjournal, allgemeine Dokumentation, alle Abbildungen und Anhänge
- **03_Produktion** – Enthält alle Cornell-Materialien (Logo, Schriftart, usw.), Storyboard, Illustrationen, Magazinvorlagen von «Jaywalker»

- und die Animationen
- **04_Export** – Enthält die finalen Exporte dieses Projekts.

Die Haupt- und Unterordner sind so organisiert, dass sie dem Verlauf des Projekts folgen. Das heisst, ihre Reihenfolge spiegelt den Arbeitsablauf und die Meilensteine wider. Je weiter das Projekt fortgeschritten ist, desto tiefer befindet man sich in der Ordnerstruktur, bis der Ordner «Export» erreicht ist.

Die einzige Ausnahme ist der Dokumentationsordner, der täglich genutzt wird, da das Schreiben des Projektberichts und des Arbeitsjournals eine kontinuierliche Aufgabe ist. Seine Struktur orientiert sich am täglichen Bedarf, wobei alle wichtigen Dokumente und Verknüpfungen (Links) logisch angeordnet sind, um einen schnellen und einfachen Zugriff zu ermöglichen.

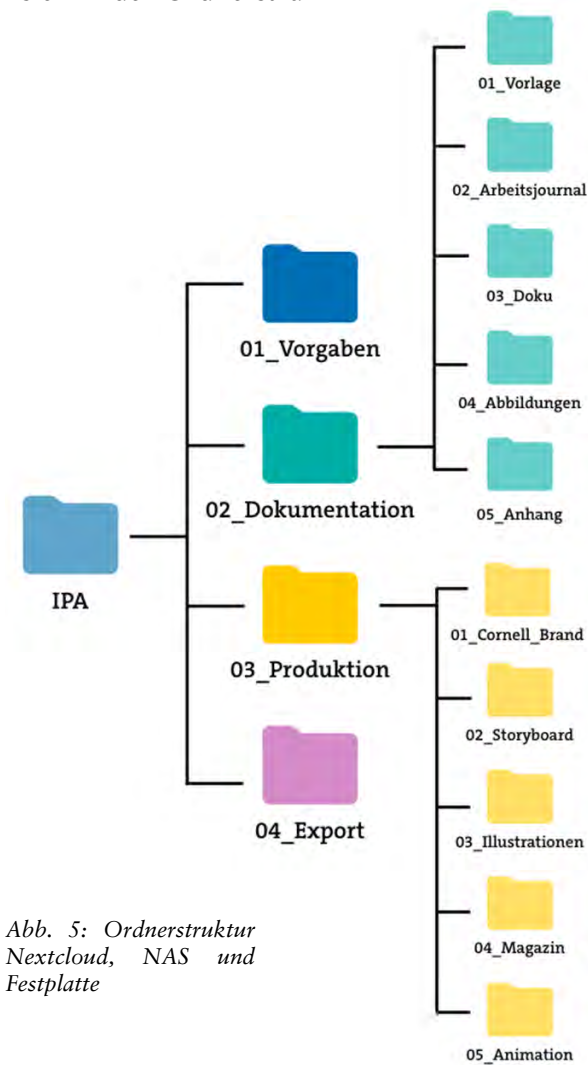


Abb. 5: Ordnerstruktur Nextcloud, NAS und Festplatte

Projekt-/Zeitplan.

Soll.

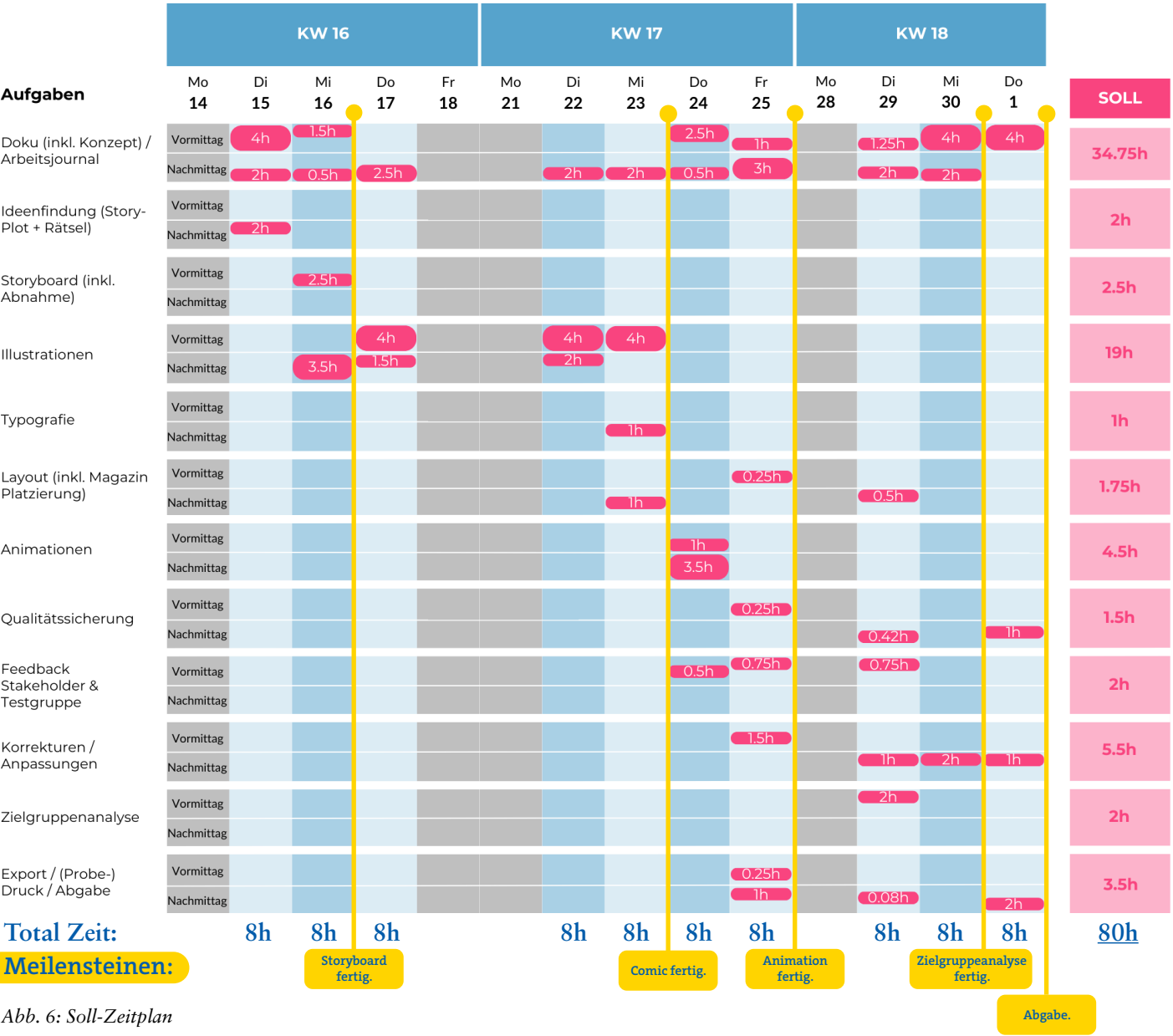


Abb. 6: Soll-Zeitplan

Der Zeitplan ist ein wichtiges Instrument und ein Teil des «P – Planen» aus der IPERKA-Projektmethode, das bei der Organisation und dem Zeitmanagement hilft. Der Zeitplan ist in Vormittag (8.00 - 12.00 Uhr) und Nachmittag (13.00 - 17.00 Uhr) aufgeteilt und hat insgesamt acht Stunden pro Tag. Insgesamt sollten nicht mehr als 80 Stunden für das gesamte IPA-Projekt aufgewendet werden.

Aufgaben im Soll-Zeitplan.

Doku (inkl. Konzept) / Arbeitsjournal:

Da die Dokumentation 40% der gesamten Projektzeit ausmacht, muss sie entsprechend geplant werden. Täglich wird ein Arbeitsjournal geschrieben, zusätzlich wird Zeit für die Konzeptentwicklung eingeplant.

Ideefindung (Story-Plot+ Rätsel):

Die Story-Plot und die Rätsel für den Comic werden entwickelt und fertiggestellt. Auch der Text für die Sprechblasen wird festgelegt. Für diese Aufgabe werden maximal zwei Stunden veranschlagt.

Storyboard:

Sobald die Idee feststeht, werden zwei bis drei Varianten skizziert, bevor eine endgültige Version ausgewählt und Feedback eingeholt werden. Für diesen Vorgang sind 2,5 Stunden vorgesehen.

Illustrationen:

Der grösste Teil der Zeit wird für Illustrationen verwendet. Pro Tag werden mindestens drei Illustrationen (Skizze, Kontur, Kolorierung) angefertigt, so dass insgesamt zehn Illustrationen entstehen. Für diesen Schritt sind insgesamt 19 Stunden vorgesehen.

Typografie:

Der fertig gestellte und korrekturgelesene Text wird in die Sprechblasen der Illustrationen eingefügt. Dieser Schritt sollte nicht mehr als eine Stunden in Anspruch nehmen.

Layout (inkl. Magazin Platzierung):

Der Comic wird in minimum einer Stunde auf zwei A5-Seiten angeordnet und dann in die Magazin-datei

eingefügt, was etwa 30 Minuten dauert.

Animationen:

Die animierte Story und der Schaufenster-Screen werden gemeinsam geplant. Sobald die Instagram-Version fertig ist, müssen nur noch kleine Änderungen für den Bildschirm erfolgen. Die Gesamtzeit wird 4,5 Stunden betragen.

Feedback Stakeholder & Testgruppe:

Comic und Briefing für die Eltern der Testgruppe werden vorbereitet und verschickt. Das Feedback von Stakehold wird direkt eingeholt. Geschätzte Zeit ist 1 Stunde 15 Minuten.

Korrekturen / Anpassungen:

Auf der Grundlage von Feedbacks werden Anpassungen am Comic, der Animation und der Dokumentation vorgenommen. Aufgrund möglicher Schwankungen im Arbeitsaufkommen sind 5,5 Stunden vorgesehen.

Zielgruppeanalyse:

Die Reaktionen der Testgruppe werden analysiert und als Teil der Konzeptentwicklung reflektiert. Für diesen Prozess sind zwei Stunden angesetzt.

Qualitätssicherung:

Die Animations- und Druckdateien werden gründlich auf korrekte Exporteinstellungen und Inhalte geprüft. Für diesen Schritt sind 1,5 Stunden eingeplant.

Export / (Probe-) Druck / Abgabe:

Der Export ist schnell, aber 3,5 Stunden sind auch für den Druck und die endgültige Abgabe vorgesehen.

Projekt-/Zeitplan.

Ist.

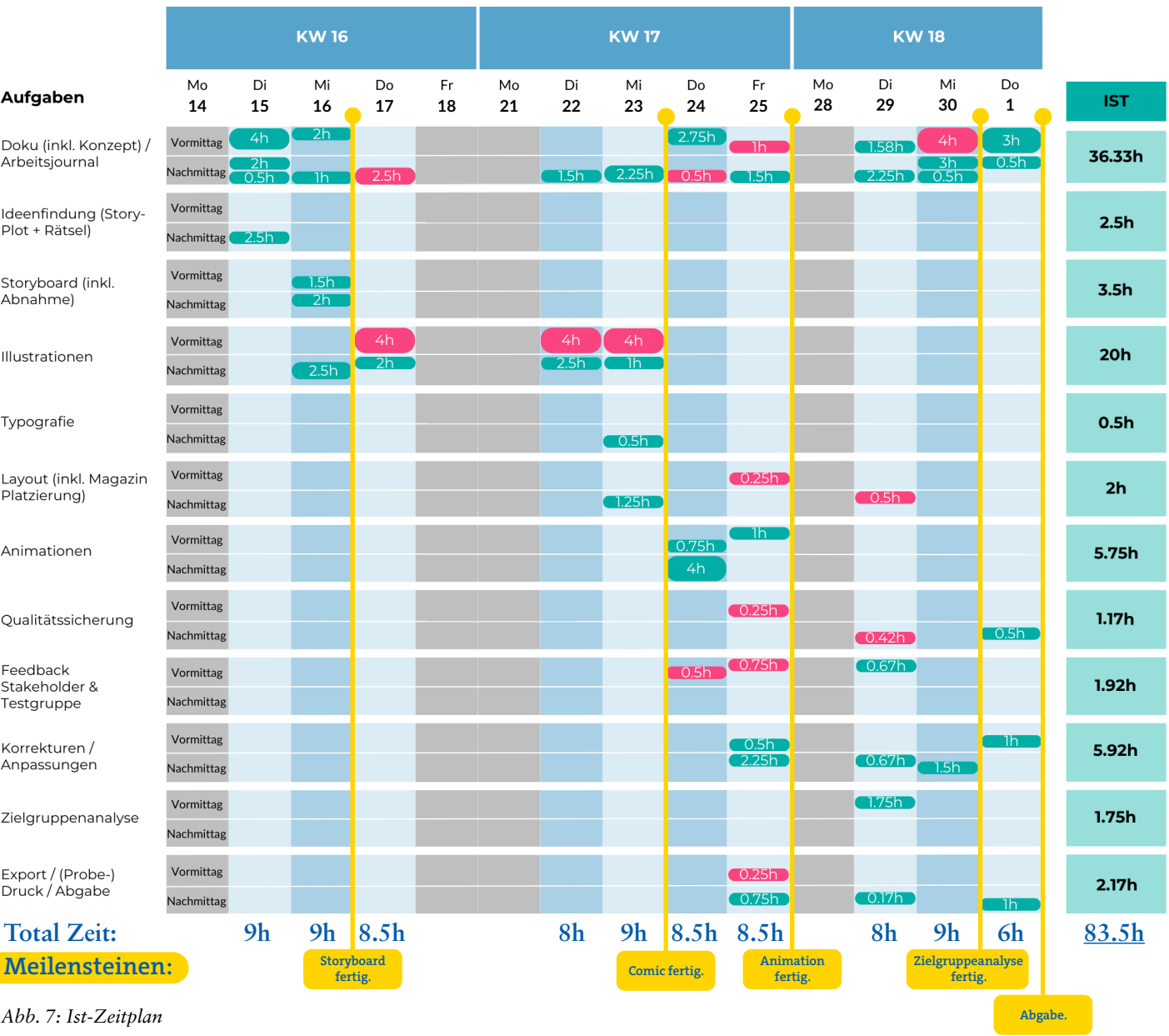


Abb. 7: Ist-Zeitplan

Als Teil von «A - Auswerten» aus IPERKA zeigt der Ist-Zeitplan, wie lange es wirklich gedauert hat. Alles in grün wurde im Laufe des Projekts angepasst. Insgesamt gab es 3,5 Stunden Überstunden, was eine Gesamtzeit von 83 Stunden und 30 Minuten ergibt.

Aufgaben im Ist-Zeitplan.

Doku (inkl. Konzept) / Arbeitsjournal:

Die Dokumentation wurde beim Soll-Zeitplan auf 34.75h geschätzt. Durch verschiedene, aber bereits erwartete Veränderungen während des Projekts, hat sich der Aufwand ein wenig erhöht. Dies kann jedoch durch die geringe Differenz von 1.58h als nicht ungewöhnlich eingeschätzt werden.

Ideenfindung (Story-Plot+ Rätsel):

Die Ideenfindung wurde wie geplant umgesetzt und als Vorlage für die Erstellung des Konzepts und somit das Comic und die Animation verwendet. Dabei wurden zusätzliche 30 Minuten zu den vorgesehenen 2h benötigt.

Storyboard:

Das Storyboard wurde nach der Ideenfindung erstellt. Dies benötigte durch Inputs des Stakeholders und anschliessende Anpassungen mehr Zeit als erwartet wurde. Jedoch befindet sich auch diese Zeitdifferenz von 1.5h im Rahmen.

Illustrationen:

Die Umsetzung der Illustrationen wurde als eine der aufwändigsten Arbeitsschritte gezählt. Dort wurde durch minimale Anpassungen ein Mehraufwand von 1h benötigt.

Typografie:

Durch das effiziente Erarbeiten des Textinhalts, konnten die typografischen Inhalte schneller erledigt werden als geplant. Somit wurden 30 Minuten Zeit gespart.

Layout (inkl. Magazin Platzierung):

Anschliessend konnte das Layout zusammengestellt und mit einer leichten Zeitdifferenz zum Soll-Zeitplan fertiggestellt werden.

Animationen:

Die Animation konnte ca. nach Zeitplan gestartet werden. Eine Schweirigkeit trat auf, als es zum animieren der zweidimensionalen Figuren im illustrierten dreidimensionalen Raum kam. Dort musste somit mehr Zeit investiert werden als geplant.

Feedback Stakeholder & Testgruppe:

Die Feedbacks konnten wie geplant analysiert und deren Inputs eingeholt werden. Diese konnten gut für die weitere Umsetzung gebraucht werden.

Korrekturen / Anpassungen:

Wie zu erwarten war, mussten Korrekturen und Anpassungen beim Comic und bei der Animation gemacht werden. Auch diese konnten im zeitlichen Rahmen gemacht werden.

Zielgruppeanalyse:

Die Zielgruppenanalyse verlief durch die Analyse der Reaktionen der verschiedenen Testgruppen. Durch eine leichte Zeitdifferenz konnte diese abgeschlossen werden.

Qualitätssicherung/Export/ (Probe-) Druck / Abgabe:

Durch gründliches Analysieren der Endprodukte, das Testen der Produkte bei den Zielgruppen und verschiedenen 4-Augen-Checks mit Mitarbeitenden, konnte die Qualität gewährleistet werden. Dies geschah beim Export, beim Probedruck und bei der Abgabe.

Arbeitsjournal – Tag 1.

15. April 2025.

Heute habe ich das Vorwort, die Projektmanagement-Methode, Deklaration der Vorarbeiten, Verwaltung der Dokumente sowie den Soll-Zeitplan fertiggestellt. Anschliessend wurde das Konzept inklusive Einleitung, Zielen und Cornell-Styleguide entwickelt. Die Ideenfindungsphase umfasst das Brainstorming potenzieller Botschaften, Story-Plots und Rätseln sowie die Definition der Szenen.

Erreichte Ziele.

- Beginn Inhalt Dokumentation
- Beginn Inhalt Konzept
- Ideenfindung

Aufgetretene Probleme.

Der Start der IPA verlief reibungslos. Es gab keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe gebraucht. Ich konnte alles selbstständig und ohne Probleme erledigen.

Offene Pendenzen.

- Zielgruppendefinition
- Storyboard inkl. Entwürfe und Textdefinition
- Feedback einholen
- Skizze und Kolorierung (Cover + Szene 1)

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Insgesamt war der Zeitplan für heute nicht allzu

schlecht. Ich habe insgesamt 6,5 Stunden für die Dokumentation und 2,5 Stunden für die Ideenfindung gebraucht. Insgesamt habe ich eine Stunde mehr gebraucht, weil ich den Aufwand für den ersten Teil der Dokumentation sowie den Hauptteil unterschätzt habe. Dennoch konnte ich heute alles fertigstellen, was ich wollte, mit Ausnahme der Zielgruppendefinition, die morgen nachgeholt werden muss.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Dokumentation • Konzept	3:00h 1:00h	4:00h 0:00h	+ 1:00h - 1:00h
Nachmittag	• Konzept • Ideenfindung • Arbeitsjournal	-- 2:00h 2:00h	2:00h 2:30h 0:30h	+ 2:00h + 0:30h - 1:30h
Total Tag:		8h	9h	+1h
Gesamt:		8h	9h	+1h

Reflexion.

Trotz meine Nervösität zu Beginn der 10-tägigen IPA-Reise verlief der heutige Tag erstaunlich gut. Ich muss noch ein Gefühl dafür bekommen, wie viel ich wirklich an einem Tag schaffen kann, ohne zu übertreiben oder zu hetzen. Ich freue mich schon darauf, morgen mit dem Skizzieren und Zeichnen zu beginnen.

Arbeitsjournal – Tag 2.

16. April 2025.

Heute habe ich die Zielgruppendefinition mit zwei Personas abgeschlossen und hatte auch meinen Expertenbesuch. Den grössten Teil des Tages habe ich damit verbracht, am Storyboard zu arbeiten, also zu planen, Skizzen anzufertigen und Feedback einzuholen. Den Rest der verfügbaren Zeit habe ich den ersten Teilen der Illustrationen gewidmet.

Erreichte Ziele.

- Zielgruppendefinition
- Storyboard inkl. Entwürfe und Textdefinition
- Feedback einholen
- Beginn Skizze und Kolorierung (Cover + Szene 1)

Aufgetretene Probleme.

Es gab keine grösseren Probleme. Ich musste allerdings meinen Soll-Zeitplan von gestern neu erstellen, da ich ihn falsch gemacht hatte, was zu Verzögerungen führte.

Beanspruchte Hilfestellung.

Gemeinsam mit meiner Hauptexpertin habe ich geklärt, was die genauen Erwartungen an den Soll-Zeitplan sind. Ausserdem schaute ich mit meinem Berufsbildner den Workflow meiner Illustrationen und die dafür benötigten Programme an.

Offene Pendenzen.

- Skizze und Kolorierung (Cover + Szene 1) fertigstellen
- Skizze und Kolorierung (Szene 2)
- Skizze und Kolorierung (Szene 3)

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Heute habe ich wieder eine Stunde länger gebraucht als geplant. Das lag daran, dass ich meinen Zeitplan überarbeiten musste, der Besuch der Expertin anstand und ich mehr Zeit für das Storyboard benötigte. Dadurch hatte ich auch weniger Zeit für die Illustrationen. Obwohl ich das meiste geschafft habe, muss es morgen noch fertiggestellt werden.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Doku/Konzept • Storyboard • Besuchstermin	1:30h 2:30h --	2:00h 1:30h 0:30h	+ 0:30h - 1:00h + 0:30h
Nachmittag	• Storyboard + Abnahme • Illustrationen • Arbeitsjournal	-- 3:30h 0:30h	2:00h 2:30h 0:30h	+ 2:00h - 1:00h
Total Tag:		8h	9h	+1h
Gesamt:		16h	18h	+2h

Reflexion.

Insgesamt fühle ich mich zuversichtlicher als gestern. Nach der Besprechung über den Storyboard-Entwurf sehe ich erste Fortschritte und fühle mich sicherer. Obwohl ich etwas im Rückstand bin, bin ich mir sicher, dass ich das morgen aufholen kann.

Arbeitsjournal – Tag 3.

17. April 2025.

Die heutigen Aufgaben waren sehr klar. Heute nachmittag habe ich die Illustrationen von gestern fertiggestellt und anschliessend mit dem Skizzieren, Zeichnen und Kolorieren der nächsten zwei Szenen begonnen. Diese habe ich am Nachmittag abgeschlossen, sowie den Designteil meines Konzepts.

Erreichte Ziele.

- Skizze und Kolorierung (Cover + Szene 1) fertigstellen
- Skizze und Kolorierung (Szene 2)
- Skizze und Kolorierung (Szene 3)

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme oder Schwierigkeiten.

Beanspruchte Hilfestellung.

Ich überprüfte den Comictext von gestern kurz mit unserer internen Textspezialistin, um sicherzustellen, dass er keine Rechtschreib- oder Grammatikfehler enthalten sind.

Offene Pendenzen.

- Skizze und Kolorierung (Szene 4)
- Skizze und Kolorierung (Szene 5)
- Skizze und Kolorierung (Szene 6)
- Skizze und Kolorierung (Szene 7)

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Ich bin sehr froh, sagen zu können, dass ich beim Zeit-

management wieder im Plan bin. Zwar habe ich heute etwas mehr Zeit für die Illustrationen benötigt, aber das hatte zum Glück keine grosse Auswirkung auf den Zeitplan. Insgesamt habe ich 8,5 statt der geplanten 8 Stunden gearbeitet, aber ich mache definitiv Fortschritte.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Illustrationen	4:00h	4:00h	
Nachmittag	• Illustrationen • Konzept (Design) • Arbeitsjournal	1:30h 2:00h 0:30h	2:00h 2:00h 0:30h	+ 0:30h
Total Tag:		8h	8.5h	+0.5h
Gesamt:		24h	26.5h	+2.5h

Reflexion.

Der heutige Tag war kurzweilig. Ich habe es genossen, einfach mal Zeit zu haben, in Ruhe zu zeichnen und meiner Kreativität freien Lauf zu lassen. Ich war zwar etwas überfordert damit, an meinem Comic zu arbeiten und gleichzeitig zu dokumentieren, aber nun habe ich eine Routine gefunden, die für mich funktioniert. Allgemein mache ich Fortschritte, halte mich an meinen Plan und bin weiterhin motiviert.

Arbeitsjournal – Tag 4.

22. April 2025.

Heute war es ganz eindeutig. Der Tag wurde damit verbracht, die Illustrationen für die nächsten vier Szenen weiter zu zeichnen. Dazu gehörte das Skizzieren, Kolorieren und Schattieren. Ausserdem wurde das Design-Konzept weitergeführt.

Erreichte Ziele.

- Skizze und Kolorierung (Szene 4)
- Skizze und Kolorierung (Szene 5)
- Skizze und Kolorierung (Szene 6)
- Skizze und Kolorierung (Szene 7)

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Skizze und Kolorierung (Szene 8)
- Skizze und Kolorierung (Szene 9)
- Skizze und Kolorierung (Szene 10)
- Text ergänzen
- Comic layouten

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Die Zeit für alle Tätigkeiten für heute war ziemlich genau. Ich habe bis zu den 8 Stunden insgesamt gearbeitet und bin nicht darüber hinausgegangen. Allerdings werde ich morgen noch weitere kleine Details zu den

bereits gezeichneten Szenen hinzufügen müssen, was höchstwahrscheinlich zu einer kleinen Überzeit führen wird.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Illustrationen	4:00h	4:00h	
Nachmittag	• Illustrationen • Konzept (Design) • Arbeitsjournal	2:00h 1:30h 0:30h	2:30h 1:00h 0:30h	+ 0:30h - 0:30h
Total Tag:		8h	8h	0h
Gesamt:		32h	34.5h	+2.5h

Reflexion.

Ich habe den heutigen Tag sehr genossen. Ich fange nicht nur an, die physischen Fortschritte des Comics zu sehen, sondern ich gehe auf die Halbzeitmarke dieser IPA zu und habe ein gutes Gefühl, wo ich stehe und was noch zu tun ist. Ich bin nicht überfordert und bin überzeugt, dass dieser Comic wirklich gut werden wird. Morgen könnte es zu viel werden mit all dem, was ich noch vorhabe, aber ich werde es weiter Schritt für Schritt angehen.

Arbeitsjournal – Tag 5.

23. April 2025.

Heute war der letzte offizielle Zeichentag des Comics. Dazu gehörten die letzten drei Szenen, 7 bis 10. Wie bereits gestern erwähnt, wurden auch die kleineren Details in allen Szenen erledigt, die notwendig waren. Der Comic wurde dann auf zwei A5-Seiten gelayoutet und dann mit dem Sprechtext ergänzt. Das Design-Konzept wurde erweitert, aber noch nicht ganz fertiggestellt. Das wird morgen erledigt.

Erreichte Ziele.

- Skizze und Kolorierung (Szene 8)
- Skizze und Kolorierung (Szene 9)
- Skizze und Kolorierung (Szene 10)
- Text ergänzen
- Comic layouten

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Design-Konzept fertigstellen
- Test für Testgruppe vorbereiten und versenden
- Social Media Story Animation
- Schaufenster Screen Animation

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Heute waren eine Menge Schritte zu erledigen, wes-

halb aus den geplanten 8 Stunden 9 wurden. Die Fertigstellung der Illustrationen sowie das Layouten des Comics haben länger gedauert als geplant, lagen aber nicht allzu weit von der Soll-Zeit entfernt. Beim Text habe ich etwas Zeit gespart, da ich ihn bereits letzte Woche beim Erstellen des Storyboards vorbereitet hatte. Dadurch, dass ich mir heute eine Stunde mehr Zeit genommen habe, kann ich für morgen auf Kurs bleiben.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Illustrationen	4:00h	4:00h	
Nachmittag	• Illustrationen • Comic-Layout • Text einfügen • Konzept (Design) • Arbeitsjournal	-- 1:00h 1:00h 1:30h 0:30h	1:00h 1:15h 0:30h 1:45h 0:30h	+ 1:00h - 0:30h + 0:15h + 0:15h
Total Tag:		8h	9h	+1h
Gesamt:		40h	43.5h	+3.5h

Reflexion.

Es fühlt sich wirklich gut an, offiziell auf halbem Weg zum Ende zu sein – vor allem, weil der Comic (inoffiziell*) fertig ist. Bis jetzt hatte ich keine Schwierigkeiten oder Probleme, wofür ich sehr dankbar bin. Ich freue mich darauf, morgen etwas anderes anzufangen, um mich weiter zu motivieren.

*inoffiziell = Änderungen oder Anpassungen können vorgenommen werden, nachdem ich Rückmeldungen von der Stakeholder und der Testgruppe erhalten habe.

Arbeitsjournal – Tag 6.

24. April 2025.

Der heutige Tag war abwechslungsreich. Ich hatte viel Nachholbedarf bei der Designphase des Konzepts und musste mit der Testphase beginnen. Das bedeutete auch, dass das Briefing für die Eltern vorbereitet werden musste. Dieses wurde heute zusammen mit dem Entwurf des Comics an beide Gruppen verschickt. Die Planung der Animation und der Social-Media-Version wurde heute abgeschlossen. Die Schaufensterversion muss auf morgen verschoben werden.

Erreichte Ziele.

- Design-Konzept fertigstellen
- Beginn Test-Konzept
- Test für Testgruppe vorbereiten und versenden
- Social Media Story Animation
- Beginn Schaufenster Screen Animation

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Ich habe die Animation kurz mit meinem Berufsbildner besprochen. Zum Beispiel, wie die Szenen optimal aufgebaut sein sollten und was genau mit «leichter» Animation gemeint ist.

Offene Pendenzen.

- Schaufenster Screen Animation fertigstellen
- Export und Qualitätssicherung testen
- Probe-Druck
- Feedbackbesprechung mit Stakeholder
- Beginn entsprechende Korrekturen / Anpassungen

- Dokumentation weiterführen

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Das Timing war heute nicht allzu schlecht. Ich hatte 30 Minuten mehr Arbeit als geplant, weil ich die Animation sowohl planen als auch erstellen musste. Dazu gehörte auch eine kurze Besprechung von 10-15 Minuten. Der Teil des Konzeptschreibens in der Designphase und die Testphase haben sich überschritten, so dass es keinen allzu grossen Unterschied gab. Insgesamt bin ich mit dem Zeitplan noch gut dabei.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Konzept (Design)	1:00h	1:30h	+ 0:30h
	• Konzept (Test)	1:30h	1:15h	- 0:15h
	• Vorbereitung / Versand an Testgruppe	0:30h	0:30h	
	• Start Animationen	1:00h	0:45h	- 0:15h
Nachmittag	• Animationen	3:30h	4:00h	+ 0:30h
	• Arbeitsjournal	0:30h	0:30h	
Total Tag:		8h	8.5h	+0.5h
Gesamt:		48h	52h	+4h

Reflexion.

Heute lief es so gut wie möglich. Das Zeichnen des Comics war leichter als das Animieren, aber es geht stetig voran. Die Dokumentation fühlt sich sehr zeitintensiv an, auch wenn ich es geplant habe, habe ich manchmal das Gefühl das es nicht ausreicht. Ich bin sicher, dass sich diese Sorge mit dem Ende der IPA-Zeit legen wird.

Arbeitsjournal – Tag 7.

25. April 2025.

Der heutige Tag war ziemlich stressig. Ich habe die Animationen fertiggestellt, exportiert und die Qualität überprüft. Der Comic wurde in das Magazin eingefügt, exportiert, geprüft und zum Probedruck geschickt. Ich erhielt Rückmeldungen, machte mir Notizen und begann mit Korrekturen. Den Rest des Tages habe ich mit der Dokumentation verbracht.

Erreichte Ziele.

- Schaufenster Screen Animation fertigstellen
- Export und Qualitätssicherung testen
- Probe-Druck
- Feedbackbesprechung mit Stakeholder
- Beginn entsprechende Korrekturen / Anpassungen
- Dokumentation weiterführen

Aufgetretene Probleme.

Mein GKB-Laptop hat ein Update durchgeführt, wodurch Outlook gelöscht wurde. Ein Ticket wurde bei der IT eröffnet, aber als vorübergehende Lösung wird mein Arbeitsjournal über mein Macbook E-Mail (lara.steinlin@gkb-direkt.ch) gesendet.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Auswertung der Ergebnisse der Testgruppen
- Zielgruppenanalyse (Konzept)
- Angemessene Korrekturen (Comic)
- Finaler Export und Qualitätssicherung
- Druckauftrag

- Dokumentation weiterführen

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Der Zeitplan war heute etwas ungünstig. Ich musste die gestrigen Animationen fertigstellen und es gab mehr Änderungswünsche der Stakeholder als erwartet. Infolgedessen hatte ich weniger Zeit für die Dokumentation und musste 30 Minuten länger arbeiten als geplant (8 Stunden).

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Animationen	--	1:00h	+ 1:00h
	• Dokumentation	1:00h	1:00h	
	• Magazin Layout	0:15h	0:15h	
	• Export + Qualitätssicherung	0:30h	0:30h	
Nachmittag	• Feedbackgespräch	0:45h	0:45h	
	• Korrekturen	1:30h	0:45h	- 1:00h
	• Korrekturen	--	2:15h	+ 2:15h
	• Probe-Druck	1:00h	0:45h	- 0:15h
Total Tag:	• Dokumentation	2:30h	1:00h	- 1:30h
	• Arbeitsjournal	0:30h	0:30h	
Gesamt:		56h	60.5h	+4.5h

Reflexion.

Ich bin nicht sehr zufrieden damit, wie der Tag verlaufen ist. Ich dachte, ich hätte aufgeholt, aber jetzt falle ich wieder zurück, was bedeutet, dass es nächste Woche mehr Arbeit für mich geben wird als gewünscht. Das ist nicht optimal für den Endspurt, aber es ist nicht unmöglich, rechtzeitig fertig zu werden. Ich hoffe das Beste und freue mich darauf, das Projekt erfolgreich abzuschliessen.

Arbeitsjournal – Tag 8.

29. April 2025.

Der heutige Tag verlief sehr gut. Beide Gruppen haben ihre Videos und Feedbacks rechtzeitig eingereicht, so dass ich die Zielgruppenanalyse auswerten und schreiben konnte. Es waren nur wenige Anpassungen im Comic nötig, wodurch genug Zeit für die Integration des Magazins, den Export, die Qualitätssicherung und den Druckauftrag blieb.

Erreichte Ziele.

- Auswertung der Ergebnisse der Testgruppen
- Zielgruppenanalyse (Konzept)
- Angemessene Korrekturen (Comic)
- Finaler Export und Qualitätssicherung
- Druckauftrag
- Dokumentation weiterführen

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Dokumentation weiterführen
- Rechtschreib- und Grammatik Korrekturen

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Der Ist-Zeitplan war fast identisch mit dem Soll-Zeitplan. Alles, was heute zu tun war, wurde rechtzeitig erledigt. Bei einigen Aufgaben gab es ein paar Minuten

Unterschied, aber das liess einfach mehr Raum für den Dokumentationsteil am Ende des Tages.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Auswertung Test • Zielgruppenanalyse • Dokumentation	0:45h 2:00h 1:15h	0:40h 1:45h 1:35h	- 0:05h - 0:15h + 0:20h
Nachmittag	• Korrekturen • Magazin Layout • Export + Qualitätssicherung • Druck • Dokumentation • Arbeitsjournal	1:00h 0:30h 0:25h 0:05h 1:30h 0:30h	0:40h 0:30h 0:25h 0:10h 1:45h 0:30h	- 0:20h + 0:05h + 0:15h
Total Tag:		8h	8h	0h
Gesamt:		64h	68.5h	+4.5h

Reflexion.

Ich glaube, heute war einer der effizientesten Tage bisher. Die Endprodukte sind endlich fertig, und jetzt geht es nur noch um die Dokumentation. Die Reaktionen und Rückmeldungen der Kinder und ihrer Eltern waren so nett und haben die Aufwände auf jeden Fall gelohnt. Es gibt noch eine Menge Ergänzungen zum Konzept, die noch gemacht werden müssen, die von der letzten Woche zurückgeblieben sind. Das sollte aber kein Problem sein, das fertigzustellen. Ich bleibe optimistisch und freue mich auf das Ende.

Arbeitsjournal – Tag 9.

30. April 2025.

Der heutige Tag war sehr unkompliziert. Die letzten Teile der Dokumentation wurden fertiggestellt. Die erste Hälfte der Dokumentation wurde unserer Textexpertin zur Korrektur von Rechtschreibung und Grammatik geschickt, die ich dann in der Dokumentation korrigiert habe. Der zweite Teil wurde heute Abend verschickt, so dass ich ihn morgen vor der Abgabe noch einmal korrigieren kann.

Erreichte Ziele.

- Dokumentation weiterführen
- Rechtschreib- und Grammatik Korrekturen

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Dokumentation fertigstellen
- Rechtschreib- und Grammatik Korrekturen
- Abgabe

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Der Vormittag verlief gut. Am Nachmittag gab es eine Stunde Überzeit, weil die Dokumentation länger dauerte als erwartet. Ich wollte das heute erledigen, damit es morgen keinen Stress oder Komplikationen gibt.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Dokumentation	4:00h	4:00h	
Nachmittag	• Dokumentation • Korrekturen • Arbeitsjournal	1:30h 2:00h 0:30h	3:00h 1:30h 0:30h	+ 1:30h - 0:30h
Total Tag:		8h	9h	+1h
Gesamt:		72h	77.5h	+5.5h

Reflexion.

Der Zeitaufwand, den die Dokumentation erfordert, ist sehr hoch und wirkt überfordernd. Ich bin froh, dass ich alles erledigen konnte, was laut meiner IPA-Aufgabenstellung geplant und erforderlich war. Dennoch bin ich erschöpft und freue mich darauf, das Projekt morgen abzugeben und wieder in meinen Alltag zurückzukehren.

Arbeitsjournal – Tag 10.

01. Mai 2025.

Der letzte Tag war äusserst effizient. Die letzten Teile der Dokumentation (Quellenverzeichnis, Abilungsverzeichnis, Glossar, Anhänge und Inhaltsverzeichnis) wurden fertiggestellt. Die Korrekturen der Textexpertin wurden ebenfalls erledigt. Jetzt fehlt nur noch die Abgabe auf Pk.org.

Erreichte Ziele.

- Dokumentation fertigstellen
- Rechtschreib- und Grammatikkorrekturen
- Abgabe

Aufgetretene Probleme.

Heute gab es keine Probleme.

Beanspruchte Hilfestellung.

Heute habe ich keine Hilfe benötigt.

Offene Pendenzen.

- Vorbereitung der Präsentation / Fachgespräche

Vergleich mit Zeitplan. Überzeit oder Wochenendarbeit?

Insgesamt konnte ich alles etwa 2 Stunden früher als erwartet abschließen. Da ich gestern vorausgeplant hatte, konnte ich genügend Zeit für die Abgabe einplanen, falls es Probleme geben sollte. Die eingesparte Zeit resultierte daraus, dass ich weniger Korrekturen vornehmen musste und weniger Zeit für den Export und die Qualitätssicherung benötigte als geplant.

Zeitplan	Tätigkeiten	Soll	Ist	Diff.
Vormittag	• Dokumentation • Arbeitsjournal • Korrekturen	3:00h 0:30h --	3:00h 0:00h 1:00h	- 0:30h + 1:00h
Nachmittag	• Arbeitsjournal • Korrekturen • Export + Qualitätssicherung • Abgabe	-- 1:00h 2:00h 1:00h	0:30h 0:00h 0:30h 1:00h	+ 0:30h - 1:00h - 1:30h
Total Tag:		8h	6h	-2h
Gesamt:		80h	83.5h	+3.5h

Reflexion.

Insgesamt bin ich mit den Ergebnissen des Endprodukts sowie mit der Dokumentation sehr zufrieden. Ich habe mein Bestes gegeben, und das macht mich sehr stolz. Das 10-tägige Projekt war mental sehr anstrengend, aber auch in Bezug auf das, was alles erledigt werden musste. Ich bin so froh, dass ich das hinter mir habe und freue mich auf den Tag der Präsentation.



Konzepteinführung und Zielsetzung.

Das Cornell-Magazin erscheint zweimal im Jahr und bietet jungen Leserinnen und Lesern eine unterhaltsame Mischung aus Comic, Unterhaltung wie Quiz und Rätsel, interessanten Fakten, exklusiven Angeboten verschiedener Unternehmen und einem Wettbewerb, bei dem Kinder Preise gewinnen können.

Der Comic im Magazin ist die Basis für die Cornellini Büchlein, die jeweils separat erstellt werden. In jeder Ausgabe gibt es ein neues Abenteuer, in welchem Cornell mit seinen tierischen Freunden etwas Spannendes erlebt. Beispielsweise im Winter beim Eishockey mit Munggi dem Murmeltier oder an der Agrischa mit seiner Freundin Alva, der Kuh.



Abb. 8: Beispiele von frühere Cornellinis

Cornell ist einer der ersten Berührungspunkte, die Kinder mit der GKB haben. Da sie noch zu jung sind, um Bankthemen zu verstehen, ist die abenteuerliche Erzählweise seit Jahren ein grosser Erfolg. Dieses Mal sollte der Comic jedoch eine subtile Verbindung zu Geld oder Bankgeschäften herstellen. Durch die Integration von Finanzthemen in die Geschichte können Kinder auf unterhaltsame und ansprechende Weise ein Bewusstsein für den Umgang mit Geld entwickeln.

Um dies zu erreichen, müssen verschiedene Aspekte

des Projekts wie die Konzeptentwicklung, das Design, die Qualitätssicherung und die Tests sorgfältig geplant und durchgeführt werden.

Zielsetzung.

Die folgenden Ziele definieren den Rahmen für den erfolgreichen Abschluss dieses Projekts:

- Entwicklung eines vollständig illustrierten Comics in Form einer Doppelseite, die in das Format des Magazins passt.
- Beibehaltung der Integrität des ursprünglichen Designs und der Persönlichkeit von «Cornell» und Wahrung der Konsistenz in allen Publikationen.
- Integration eines Wettbewerbs in Form eines Rätsels, welcher für die Leserinnen und Leser interaktiv und ansprechend zu gestalten ist.
- Eine kurze Instagram-Story und Schaufenster Screen mit leichten Animationen erstellen, um den Comic zu bewerben und die Aufmerksamkeit von Eltern und Familien zu gewinnen.
- Den endgültigen Comic mit einer Gruppe von Kindern testen, um seine Attraktivität und Effektivität zu bewerten, und deren Feedback nutzen, um das Endprodukt zu verfeinern.
- Eine Zielgruppenanalyse durchführen, um sicherzustellen, dass der Comic bei der Zielgruppe ankommt und deren Erwartungen erfüllt.

Der Prozess der Umsetzung dieser Ziele ist ein Teil von «R - Realisieren» in der IPERKA-Projektmethodik.

Zielgruppendefinition.

Kinder und Eltern.

Herleitung und Beschreibung.

Das Cornell-Magazin wurde von der Abteilung Marketing und Kommunikation der GKB lanciert und richtet sich an eine klar definierte Zielgruppe: Kinder bis 12 Jahre. Diese Definition ist seit der Lancierung unverändert geblieben und hat auch heute noch Gültigkeit. Das Magazin erscheint ausschliesslich in deutscher Sprache und ist nur für GKB-Kundinnen und Kunden erhältlich. Der Comic richtet sich an Kinder, aber auch die Eltern stellen eine wichtige Nebenzielgruppe dar, vor allem im Hinblick auf das digitale Engagement in den sozialen Medien.

Merkmale.

Demografisch:
Der Comic richtet sich an Kinder im Vorschul- und Grundschulalter (bis 12 Jahre), die Spass an einfachen, spielerischen und visuellen Geschichten haben. Der Inhalt besteht aus kurzen, leicht lesbaren Texten und bunten Illustrationen, die den Zugang zu den Inhalten erleichtern und Spass machen. Das Magazin erscheint ausschliesslich in deutscher Sprache und orientiert sich an den Sprachkenntnissen des regionalen Publikums in Graubünden.

Die Eltern sind in Graubünden wohnhafte GKB-Kunden. Sie legen Wert auf lehrreiche und sichere Inhalte für ihre Familie.

Psychografisch:
Kinder sind von Natur aus neugierig und phantasievoll. Sie fühlen sich zu wiederkehrenden Figuren wie Cornell hingezogen und geniessen Geschichten mit

Humor, kleinen Abenteuern und leichten Herausforderungen. Der Comic enthält interaktive Elemente wie Rätsel, um spielerisches Lernen und Engagement zu fördern und gleichzeitig Werte oder wichtige Lektionen zu vermitteln.

Die Eltern sind sich sowohl des pädagogischen Inhalts als auch des Unterhaltungswerts bewusst. Sie sind daran interessiert, ihren Kindern sinnvolle Erfahrungen zu bieten und schätzen es, wenn Spielzeit mit kleinen Lernmomenten kombiniert wird. Ebenfalls schätzen sie kleine Lerneinheiten, die auf subtile Weise in die Comic-Geschichten integriert werden.

Geografisch:
Die Kinder und Eltern leben in Graubünden, wo die GKB ihren Sitz hat. Das Magazin ist nur für GKB-Kundinnen und Kunden erhältlich und erreicht somit ein ausgewähltes, aber regional ausgerichtetes Publikum. Die Inhalte spiegeln sowohl den ländlichen als auch den städtischen Lebensstil der Familien in der Region wider.

Verhaltensorientiert:
Kinder lesen die Comics oft mit ihren Eltern oder in der Früherziehung. Sie mögen Geschichten, in denen bekannte Figuren wie Cornell vorkommen. Der Comic erscheint zweimal im Jahr, wodurch eine Routine entsteht, auf die sich die junge Leserschaft freut. Die emotionale Bindung an die Figuren und die spannenden Rätsel sind der Schlüssel für ihr anhaltendes Interesse.

Die Eltern nutzen den Zugang über digitale Plattformen wie Website oder die Cornellclub-App, über welche sie Rabatt-Coupons einlösen können. Die App ist nur für Eltern gedacht.

Über neue Ausgaben werden sie durch animierte Instagram Stories und digitale Displays in GKB-Filialen (Schaufenster) informiert. Diese kurzen Animationen sollen ihre Aufmerksamkeit wecken und sie an die aktuelle Ausgabe des Magazins erinnern, aber auch die Werte hinter den Inhalten stärken.

Testgruppe. Persona Kind.

Vorname:	Alter:	Sprache:
Noah	7	Deutsch

Wohnort:
Rhazüns, Graubünden

Hobbys:
Zeichnen, Rätsel lösen, draussen spielen, Gute-Nacht-Geschichten hören

Persönlichkeit:
Neugierig, verspielt, liebt Comics und bunte Illustrationen

Medienkonsum:
Liest zu Hause Comics benutzt gelegentlich ein Tablet für Spiele, hat kein Social Media

Relevanz für den Comic:
Noah repräsentiert die Kernzielgruppe des Cornell-Comics. Mit seinen sieben Jahren ist er voller Neugierde und Fantasie. Die wiederkehrende Figur «Cornell» kommt ihm bekannt vor, und die lustigen Geschichten fördern die emotionale Bindung. Er geniesst es, ein physisches Magazin durchzublättern und kleine Aufgaben zu lösen, wie das in den Comic integrierte Rätsel.

Die einfache Sprache und die visuelle Erzählweise machen es ihm leicht, der Geschichte zu folgen, egal ob er sie alleine oder zusammen mit einem Elternteil liest. Der Comic ist nicht nur unterhaltsam, sondern vermittelt auch auf subtile Weise Werte, die mit der GKB zusammenhängen und sich später in einer grösseren Beziehung entwickeln können.



Abb. 9: Zielgruppe Kinder Persona

Testgruppe. Persona Eltern.

Vorname: Thomas
Alter: 46
Sprache: Deutsch

Wohnort:
Rhazüns, Graubünden

Hobbys:
Geniesst es, in der Natur zu sein, im Winter beim Ski-
fahren und Langlaufen und im Sommer beim Radfah-
ren

Persönlichkeit:
Familienmensch, lustig und kreativ, verbringt gerne
Zeit mit seinen Söhnen

Medienkonsum:
Aktiv in den sozialen Medien, vor allem auf Instagram,
um auf dem Laufenden zu bleiben, nutzt die
«GKB CORNELLCLUB» App gelegentlich für tolle
Angebote, hat einen ausgewogenen digitalen und off-
line Lebensstil

Relevanz für die Animationen:
Thomas möchte über die Inhalte, welche seine Kinder
konsumieren, informiert bleiben. Er checkt regelmäs-
sig Instagram Stories und lokale Nachrichten-
konten, weshalb die kurze animierte Cornell-Promo
perfekt ist, um seine Aufmerksamkeit zu wecken. Die Ani-
mation gibt ihm eine kurze Vorschau auf das, was ihn in
der neuen Ausgabe erwartet, weckt sein Interes-
se und erinnert ihn daran, das Magazin mit Noah zu teilen.



Abb. 10: Zielgruppe Eltern Persona

Wenn er dieselbe Animation auf dem Schaufenster in
seiner GKB-Filiale sieht, ist das ein weiterer visueller
Hinweis, der seine Aufmerksamkeit für die neue Aus-
gabe verstärkt. Als Elternteil weiss er den pädagogi-
schen Wert des Comics zu schätzen.

Cornell Styleguide.

Für den Cornell-Charakter gibt es einen eigenen Sty-
leguide, der in den GKB-Richtlinien auf www.marke.gkb.ch
definiert ist. Der Styleguide ist als Anhang bei-
gefügt. Dies sind die wichtigsten Elemente, die bei der
Illustration und Gestaltung des Comics und der Social-
Media-Animation beachtet werden müssen:

Charakter.

Cornell hat eine bestimmte Form und ein bestimmtes
Aussehen, das bei allen Produkten gleich sein muss.



Abb. 11: GKB Cornell – Vorlage von
Frontify Styleguide

Schriftzug.

Das Cornell-Logo ist ebenfalls vorgegeben. Dieses
wird auf allen Printmedien wie dem Cornellini und
dem Cornell Magazin verwendet. Erhältlich in GKB
Blau und Weiss.



Schriftarten.

Für die Titel der Comics wurde eine neue, eigens für
Cornell entworfene Schriftart mit dem Namen «Cor-
nell Schrift» verwendet.

CORNELL SCHRIFT

Der Sprechtext in den Sprechblasen des Comics heisst
«Komika».

Das ist Komika.

Die Schriftart wie «TheSerifC5 - Semibold» und
«Sabon» werden für die gesamte GKB-Kommunikati-
on verwendet. Deshalb zieht sie sich durch den Rest des
Cornell Magazins und auch durch die Social Media
Story.

TheSerifC5 sieht so aus.
Sabon sieht so aus.

Kommunikation.

«Cornell spricht Eltern und Kinder per Du an. Die
Sprache ist einfach, klar und kindgerecht. Bevorzugen
Sie gebräuchliche und kurze Wörter, sprechen Sie bild-
lich statt abstrakt und achten Sie auf Rhythmus und
Klang. Baby- oder Kindersprache ist tabu und Trend-
wörter/Jugendjargon sollte man, wenn überhaupt, vor-
sichtig einsetzen.» – GKB-Styleguide

Abb. 12: GKB Cornell Schriftzug

Ideenfindung.

Um das Comic-Konzept zu entwickeln wurde die kreative Technik des Mindmappings angewandt, ein Teil des «P – Planning» in der IPERKA-Projektmethode. Dieser Ansatz wurde gewählt, um den Ideenfindungsprozess für die übergreifende Botschaft des Comics, mögliche Handlungsstränge, die Integration von Rätseln und später die Entwicklung spezifischer Szenen zu strukturieren und zu erweitern. Der Prozess wurde in zwei Phasen unterteilt, die jeweils durch eine eigene Mind Map unterstützt wurden. Dies gewährleistete sowohl kreative Freiheit als auch logische Klarheit während des gesamten Entwicklungsprozesses.

Erste Mind Map: Botschaften, Story-Plots und Rätsel.

Die erste Mind Map wurde um das zentrale Thema «Cornell Comic Botschaft» entwickelt. Von diesem Ausgangspunkt aus wurden vier thematische Richtungen erforscht: Anderen helfen, Teamwork, Nachhaltigkeit und Sparen. Diese Themen wurden ausgewählt, da sie entweder Kernwerte der GKB-Unternehmenskultur sind, die von den Mitarbeitenden erwartet und gefördert werden, oder Themen berühren, die für die Banken- und Finanzwelt relevant sind. Der Comic soll den Kindern einen sinnvollen Inhalt vermitteln und gleichzeitig altersgerecht und unterhaltsam sein.

Jedes der vier Themen wurde auf zwei potenzielle Handlungskonzepte erweitert, sodass insgesamt acht verschiedene Handlungsstränge zur Verfügung standen. Ausserdem wurden für jede Handlungsidee zwei mögliche Rätselvarianten in Betracht gezogen, sodass sich insgesamt sechzehn Rätselideen ergaben. Diese sollten direkt in die Comic-Sequenz eingebettet werden und eine spielerische, aber dennoch lehrreiche

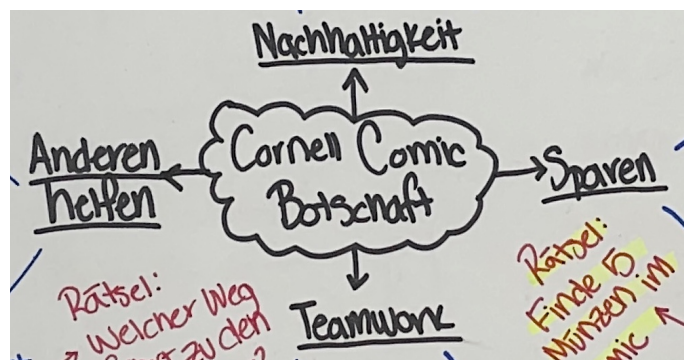


Abb. 13: Erste Mind Map - Kerntema + thematische Richtungen

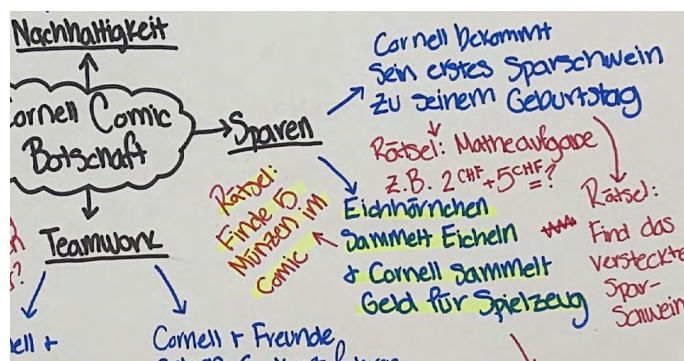


Abb. 14: Erste Mind Map - Beispiele Story-plots + Rätsel

Interaktion bieten, welche die zugrunde liegende Botschaft des Comics unterstützt.

Als Teil von «E – Entscheiden» von IPERKA wurde nach Prüfung aller anderen Ideen das Thema «Sparen» als das Passendste ausgewählt. Dieses Thema passt nicht nur zur Rolle der GKB als Bank, sondern vermittelt auch eine grundlegende Lebensweisheit auf eine für Kinder verständliche Weise. In der ausgewählten Geschichte geht es um ein Eichhörnchen, das Eicheln sammelt und aufbewahrt, um sich auf den Winter vorzubereiten. Cornell, der durch dieses Verhalten inspiriert wird, beschliesst, selbst zu sparen, um sich einen Wunsch zu erfüllen.

Das Rätsel, das zu dieser Geschichte ausgewählt wurde, ist «Finde und kreise X Münzen ein, die in den Illustrationen versteckt sind.» Diese Aufgabe ist für alle Altersstufen leicht zu verstehen, visuell anregend, fördert die Konzentration und ist einfach genug, um sie direkt in den Comic zu integrieren (zu zeichnen).

Zweite Mind Map: Szene Entwicklung.

Nach der Auswahl des Story-Plot wurde eine zweite Mind Map erstellt, um die Erzählstruktur und die Szenenplanung genauer zu definieren. Das Zentrum der Seite war mit «Cornell + Fritz = Sparen» beschriftet und verzweigte sich in zehn einzelne Szenen, die jeweils eine kurze Beschreibung von Handlungen oder von möglichen Dialogen enthielten. Dieser Ansatz erleichterte die Visualisierung des Handlungsverlaufs und die Festlegung des Storyboards.

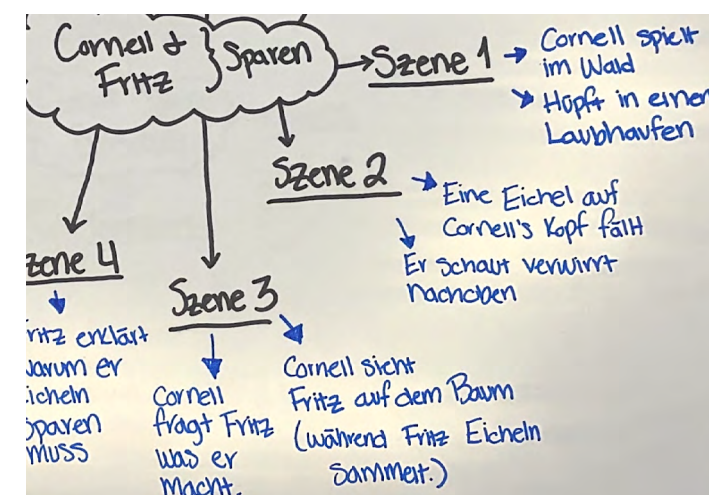


Abb. 15: Zweite Mind Map - Beispiele Szenen + Handlungen

Die Handlung entfaltet sich über mehrere Jahreszeiten. Diese lange Zeitspanne wurde bewusst gewählt, um zu verdeutlichen, dass Sparen kein sofortiger Prozess ist, sondern etwas, das Zeit, Geduld und Ausdauer erfordert. Die Reise von Cornell spiegelt die reale Erfahrung wider, auf ein finanzielles Ziel hinzuarbeiten.

Die Geschichte endet damit, dass Cornell das ersparte Spielzeug stolz Fritz (dem Eichhörnchen) zeigt, der ihm gratuliert und ihn daran erinnert, dass Sparen zwar Zeit braucht, sich am Ende aber lohnt. Das Ende des Comics im Sommer war ebenfalls beabsichtigt, da es mit der Erscheinungszeit des Magazins übereinstimmt und dem Comic einen aktuellen Bezug zur Gegenwart verleiht.

Entwicklung des Dialogs.

Nachdem die einzelnen Szenen entworfen waren, wurde die Aufmerksamkeit auf die Entwicklung geeigneter Dialoge gelenkt. Da sich der Comic an Kinder bis 12 Jahren richtet, musste die Sprache einfach, direkt und für ganz junge Leser geeignet sein. Im Rahmen von «R – Realisieren» von IPERKA wurde der gesamte Text auf Deutsch geschrieben und später von einer Textspezialistin überprüft, um Klarheit und Korrektheit und sicherzustellen.

Der fertiggestellte Dialog ist als Anhang beigefügt.

Comic Text für «Cornell lernt das Sparen»

Szene 1 + 2 haben kein Text.

Szene 3

Fritz: Ups, sorry Cornell!
Cornell: Was machst du da, Fritz?

Szene 4

Fritz: Ich muss Eicheln sammeln und diese gut sparen, damit ich über den ganzen Winter

Abb. 16: Dialog mit Korrekturen

Wettbewerb.

Für den Wettbewerb des Comics wurde ein Wimmelbildrätsel gewählt, bei dem die Kinder 5 goldene Münzen finden sollen, die auf den Comicseiten versteckt sind. Diese Idee wurde gewählt, um einen direkten Bezug zum Hauptthema der Geschichte, dem Sparen, herzustellen. Auf diese Weise bleibt das Gewinnspiel spannend und attraktiv für die Zielgruppe und gleichzeitig realistisch in Bezug auf die Preisverteilung und Organisation.

Um diese Verbindung zu verstärken, wurde auch der Preis des Wettbewerbs passend zum Thema gestaltet. Die Gewinner erhalten ein neues GKB-Sparkonto mit einem Startkapital von 100 Franken. Zusätzlich wird ein Cornell-Memory-Spiel aus Holz verschenkt, das zum Spielen im Sommer anregt, was zum jahreszeitlichen Rahmen der Comic-Geschichte passt.

Im Gegensatz zu früheren Ausgaben, bei denen mehr Gewinner mit kleineren Preisen ausgewählt wurden, war die Zahl der Gewinner diesmal auf fünf begrenzt. Diese Entscheidung wurde getroffen, weil der Wert des Sparkontos pro Person höher ist als bei den vorherigen Ausgaben. Die Gedächtnisspiele waren bereits durch interne Ressourcen verfügbar, so dass es möglich war, einen wertvolleren Preis für weniger Teilnehmer anzubieten.

Der Grund für die zwei Preise war auch, dass die Zielgruppe vielleicht nicht ganz versteht, was ein Sparkonto ist, und wahrscheinlich etwas Materielles bevorzugt. Daher ist das Memory-Spiel eine weitere perfekte Option.

Text des Wettbewerbs.

Der Wettbewerbstext wurde so geschrieben, dass er für die junge Zielgruppe klar, motivierend und leicht zu verstehen ist. Das Hauptziel war es, die Aufgabe schnell zu erklären und den Preis spannend klingen zu lassen, ohne die Leser mit zu vielen Informationen zu überfordern.

Der Titel «Kannst du alle 5 Goldmünzen finden?» wurde gewählt, um die Aufmerksamkeit schnell zu wecken und die Aufgabe auf spielerische Weise zu erklären.

Im Haupttext wird erklärt, dass Cornell während seines Sparabenteuers fünf Münzen versteckt hat, und die Leser werden gebeten, sie zu finden und einzukreisen. Die Aufgabe und der Gewinn sind einfach und in leichter Sprache beschrieben. Der Preis, ein Sparkonto mit 100 Franken und ein Cornell-Memory-Spiel, wird frühzeitig präsentiert, um die Motivation zu fördern. Die Instruktionen (per Post, über die CornellClub-App oder auf der Website) sind am Schluss platziert und kurz und direkt gehalten.

Auch dieser Text wurde einem Textexperten zur grammatikalischen Korrektur gegeben.

Storyboard.



Abb. 17: Storyboard – Entwurf 1

Als Teil der «P – Planen» Phase im Rahmen der IPERKA-Projektmethode diente das Storyboard als entscheidender Schritt zur Visualisierung des endgültigen Comic-Layouts. Es half dabei, die geschriebene Storyline in eine visuell strukturierte Abfolge zu übersetzen, die realistisch auf zwei A5-Seiten platziert werden konnte. Ziel war es, den Fluss des Comics zu planen, die räumliche Verteilung der einzelnen Szenen zu bewerten und das Gesamttempo und die visuelle Klarheit der Geschichte zu gewährleisten.

Was und Warum.

Es wurden zwei handgezeichnete Storyboard-Entwürfe erstellt, um herauszufinden, wie der Comic realistisch auf zwei A5-Seiten angeordnet werden könnte. Dieser Schritt half, das Tempo der Geschichte zu visualisieren, geeignete Layouts zu bestimmen und verschiedene visuelle Perspektiven zu testen. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass die Geschichte klar und fesselnd erzählt werden konnte, ohne die Format-

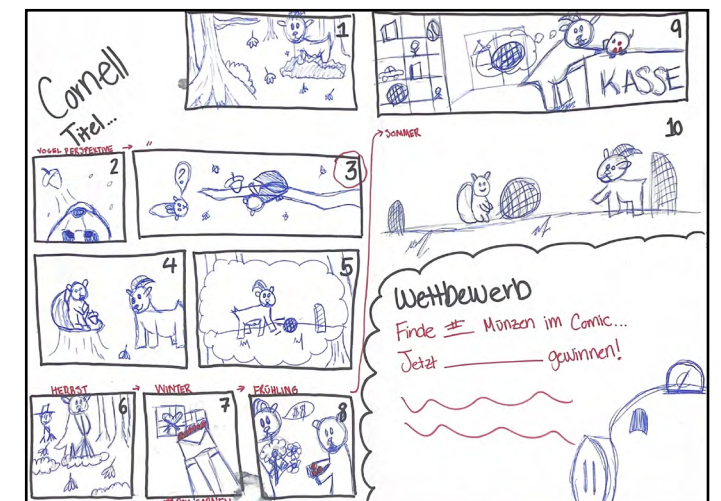


Abb. 18: Storyboard – Entwurf 2

vorgaben zu verletzen. Durch die Erstellung von zwei Versionen war es einfacher, mit der Struktur zu experimentieren und die effektivste Kombination für das endgültige Design zu finden.

Wie.

Container-Layouts:

Es wurden mehrere Layout-Möglichkeiten skizziert, um eine realistische und funktionale Struktur zu bestimmen, die auf zwei A5-Seiten gedruckt werden kann. Die Breite der Container wurde je nach dem erwarteten Inhalt variiert. Container mit mehr Handlung oder Sprache wurden grösser gestaltet, um visuelle Details und lesbaren Text unterzubringen, während für weniger textlastige Szenen kleinere Formate verwendet wurden.

Visuelle Perspektiven:

Es wurde bewusst darauf geachtet, verschiedene Blickwinkel und Bildperspektiven zu verwenden, z. B. Nahaufnahmen, Halbtotal oder Totale. Dies geschah, um

ein dynamisches und visuell ansprechendes Leseerlebnis zu gewährleisten.

In der zweiten Entwurfsfassung wurde weiter experimentiert, indem unterschiedlichere Perspektiven wie die Vogelperspektive und die Perspektive von Cornell eingeführt wurden, um die kreativen und erzählerischen Auswirkungen zu bewerten.

Dialogfreie Planung:

In dieser Phase wurde kein Dialog hinzugefügt. Der Schwerpunkt lag ausschliesslich auf der visuellen Komposition und der Anordnung der Szenen. Auf diese Weise konnten die Abfolge und Logik der Handlungen ohne Ablenkung durch Sprechblasen bewertet werden.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass der Dialog im dritten und letzten Entwurf integriert ist, um den tatsächlichen Platzbedarf in jeder Szene zu realisieren.

Feedback und Überarbeitung.

Die Entwürfe wurden mit der Ansprechperson besprochen. In dieser Feedback-Sitzung wurden mehrere wertvolle Punkte angemerkt:

- Einige Achsenübergänge zwischen Szenen waren verwirrend oder unnatürlich und mussten für einen besseren visuellen Fluss korrigiert werden.
- Der Abschnitt über Rätsel und Wettbewerbe nahm zu viel Platz ein, was zu einer ungleichmässigen Verteilung führte. Da die Projektaufgabe eine Doppelseite vorsah, wurde empfohlen, dem Comic selbst mehr Platz einzuräumen. Infolgedessen sollten einige Container vergrössert werden, um die

Geschichte und den Text besser unterzubringen.

- Obwohl beide Storyboard-Versionen starke visuelle Ideen boten, einigte man sich darauf, dass das endgültige Layout eine Kombination aus Entwurf 1 und Entwurf 2 sein würde. Bestimmte Szenen funktionierten in der einen Version besser als in der anderen, und die stärksten Elemente aus beiden Entwürfen sollten in der endgültigen Version zusammengeführt werden.

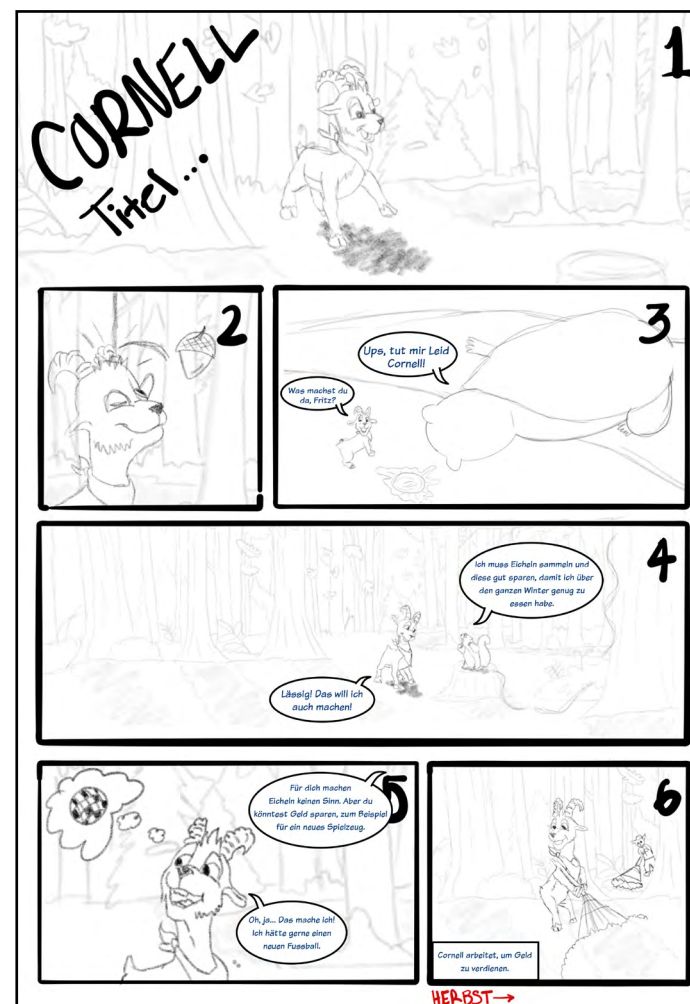


Abb. 19: Final Storyboard – Teil 1

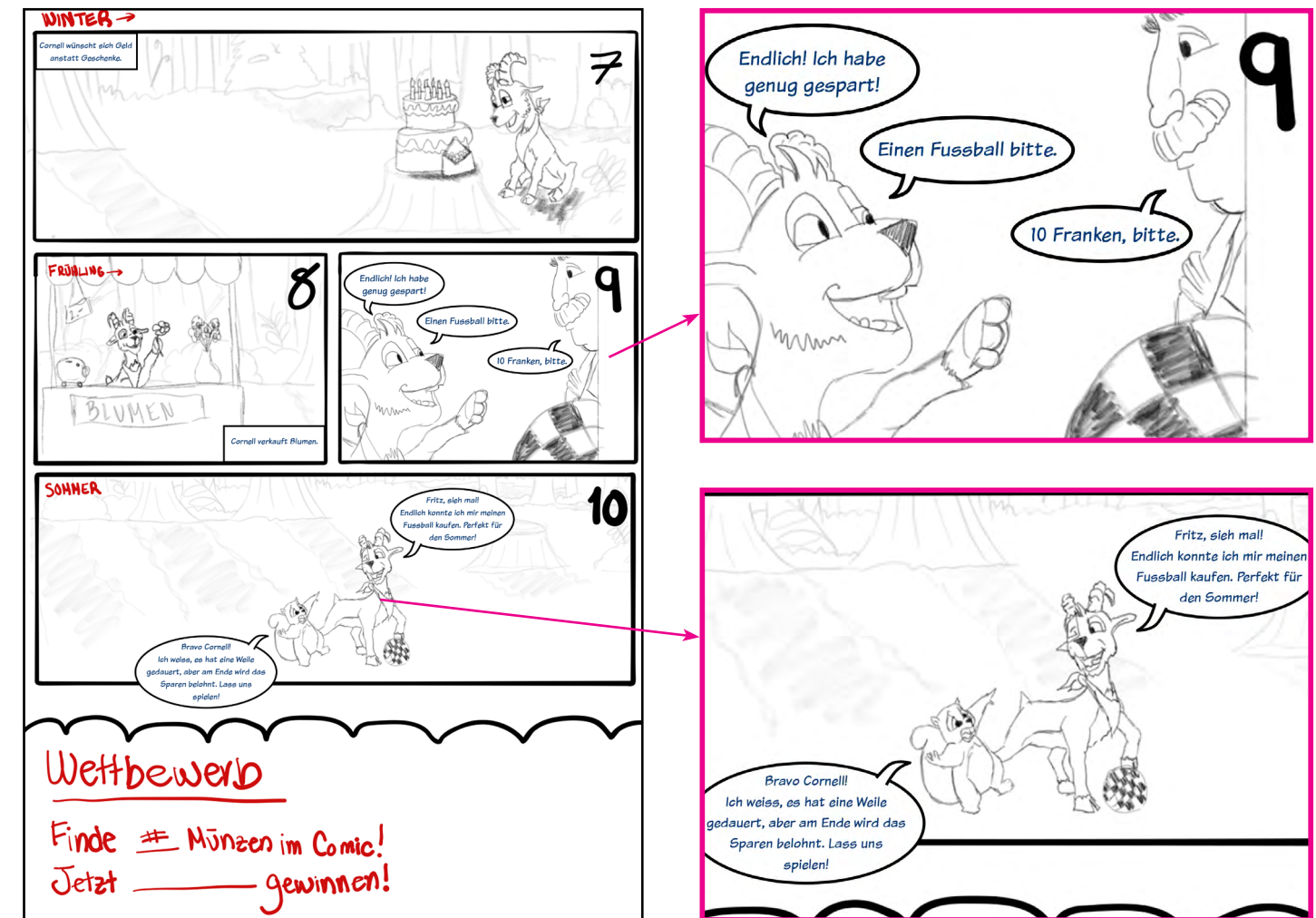


Abb. 20: Final Storyboard – Teil 2

Zusätzliche Informationen.

Bei der Platzierung der Sprechblasen wurden die Standard-Lesestruktur für Comics befolgt. Die Reihenfolge wird von links nach rechts gelesen, ausser eine Sprechblase befindet sich über einer anderen, dann wird die oberste Sprechblase zuerst gelesen. Dadurch wird die Verständlichkeit für den Leser sichergestellt, insbesondere für kleine Kinder, die gerade lernen, visuellen Erzählungen zu folgen.

Es ist wichtig zu beachten, dass dies nur ein Storyboard ist. Im Laufe des offiziellen Comic-Designprozesses können noch Änderungen am Layout, der Positionierung und den Dialogen vorgenommen werden.

Zeichnen-Tool und Vorgehen.

Der Comic wurde mit dem Programm Adobe Fresco gezeichnet. Dieses Programm wurde gewählt, weil es einfach zu bedienen ist und hilfreiche Funktionen für das digitale Zeichnen bietet. Einer der grössten Vorteile von Adobe Fresco ist, dass es das Zeichnen sowohl in Vektor- als auch in Pixelformaten ermöglicht.



Abb. 21: Adobe Fresco Programm Icon

Für diesen Comic wurde auf Vektorebenen statt auf Pixelebenen gearbeitet. Diese Entscheidung wurde getroffen, weil Vektorzeichnungen scharf und klar bleiben, auch wenn die Grösse geändert wird. Das ist sehr hilfreich für einen Comic, der in verschiedenen Formaten, wie z. B. Print und Digital, verwendet werden soll. Ausserdem lassen sich so Teile der Zeichnung später viel einfacher bearbeiten und ohne Qualitätsverlust ändern.

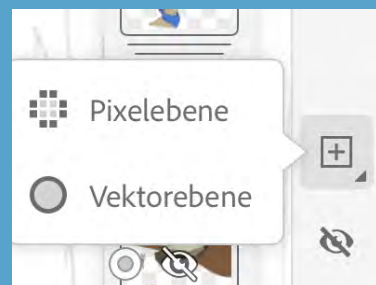
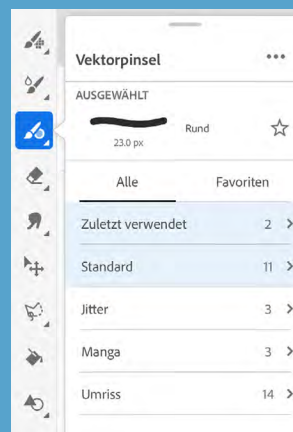


Abb. 22: Adobe Fresco – vektorbasierter Arbeitsbereich

Ebenen-Workflow in Adobe Fresco.

Um den Zeichenprozess strukturiert und effizient zu gestalten, wurden die Comic-Illustrationen in Adobe Fresco auf mehreren Ebenen aufgebaut. Jede Ebene dient einem bestimmten Zweck und trägt dazu bei, den Arbeitsablauf zu organisieren und flexibel zu halten. Diese Ebenenbasierte Methode erleichtert es auch, Fehler zu korrigieren oder Änderungen vorzunehmen, ohne das gesamte Bild zu beeinträchtigen.

Skizzenebene (pixelbasiert):

Der erste Schritt war die Erstellung einer groben Skizze mit dem Bleistiftwerkzeug auf einer pixelbasierten Ebene. Diese Ebene diente dazu, das grundlegende Layout, die Posen der Figuren und die Komposition der Szene zu planen. Das Arbeiten in Pixeln gab der Skizze ein natürlicheres, handgezeichnetes Aussehen und ermöglichte ein schnelles, intuitives Zeichnen. Da es sich hier nur um eine Basis handelt, wurde sie leicht und locker gehalten und dient als Leitfaden für die folgenden Ebenen. Sie muss nicht qualitativ hochwertig sein.

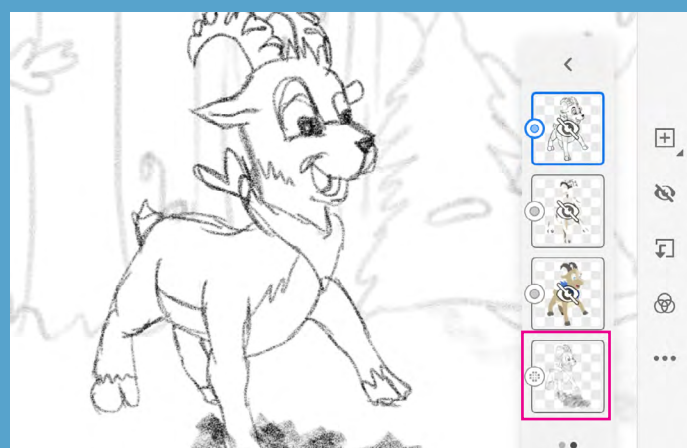


Abb. 23.1: Adobe Fresco – Skizzenebene, Szene 1

Konturebene (vektorbasiert):

Nachdem die Skizze fertig war, wurde eine neue Vektorebene erstellt, um die endgültigen schwarzen Umrisse (Konturen) der Figuren und Objekte zu zeichnen. Dieser Schritt definierte die klare Struktur des Comics. Die Verwendung von Vektoren war hier wichtig, weil die Linien scharf und skalierbar bleiben, auch wenn sie vergrössert oder verkleinert werden. Ausserdem lassen sich die Linien ohne Qualitätsverlust leicht korrigieren, was besonders bei detaillierten Szenen oder wiederkehrenden Figuren nützlich ist. Diese Ebene ist ganz oben, weil sie die oberste sichtbare Illustration im Comic sein muss, trotzdem ist sie der zweite Schritt.

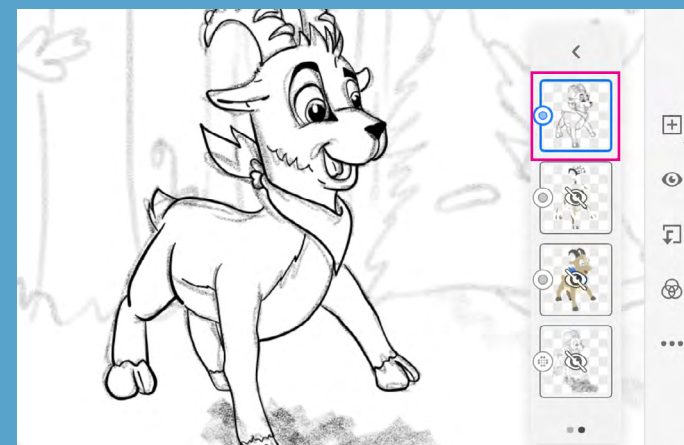


Abb. 23.2: Adobe Fresco – Konturebene, Szene 1

Farbebene (Vektor-basiert):

Nachdem die Umrisse fertiggestellt waren, wurde eine dritte Ebene verwendet, um die flachen Grundfarben aufzufüllen. Dies trägt dazu bei, die Figuren und die Umgebung zum Leben zu erwecken und vermittelt einen ersten Eindruck vom endgültigen Aussehen. Da die Farben auf einer separaten Ebene gehalten sind, können sie später leicht angepasst werden und stören die Konturen nicht.



Abb. 23.3: Adobe Fresco – Farbebene, Szene 1

Schattierungsebene (Vektor-basiert):

Die letzte Ebene fügt den Szenen Schattierungen und Tiefe hinzu. Diese Schatten tragen dazu bei, ein Gefühl von Volumen und Beleuchtung zu vermitteln und den Comic optisch dynamischer zu gestalten. Da es sich um eine eigene Ebene handelt, kann die Schattierung leicht geändert, abgeschwächt oder gelöscht werden, ohne dass die flachen Farben darunter beeinträchtigt werden. Dies wird die zweite Ebene nach der obersten Ebene sein.

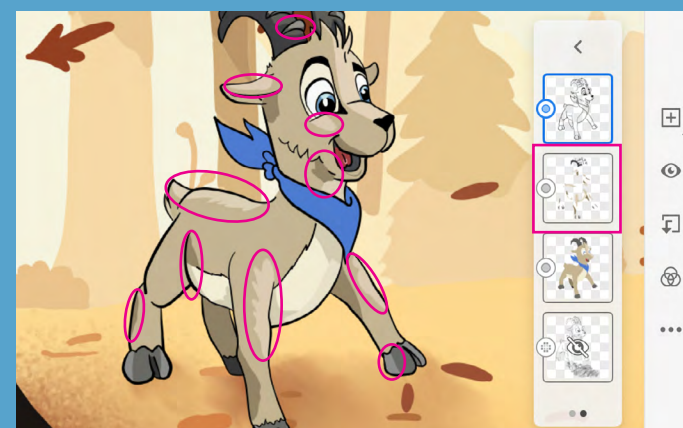


Abb. 23.4: Adobe Fresco – Schattierungsebene, Szene 1

Durch das Stapeln dieser vier Ebenen wurde das gesamte, endgültige Bild Schritt für Schritt auf saubere und effiziente Weise aufgebaut. Diese Methode unterstützt nicht nur einen nicht-destruktiven Arbeitsablauf, sondern stellt auch sicher, dass jede Szene visuell konsistent und qualitativ hochwertig bleibt.

Stil des Comics.

In diesem Schritt tritt der Comicentwurf in die «R – Realisieren» Phase der IPERKA-Methode ein. Dies ist der Beginn der endgültigen kreativen Ausführung auf der Grundlage aller Planungen, Entwürfe und Feedbacks.

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass der Comic zwar von der bestehenden Cornell-Comicserie inspiriert ist, die ursprünglich von *Mathias Durisch* illustriert wurde, dass diese Version aber keine Eins-zu-eins-Kopie sein soll. Ziel ist es, einen leicht angepassten Stil zu schaffen, der sich für die junge Zielgruppe immer noch vertraut und wiedererkennbar anfühlt, gleichzeitig aber auch einen persönlichen kreativen Beitrag und ein neues visuelles Erlebnis ermöglicht.

Der gewählte Stil des Comics basiert auf einer «Flat-colored Line Art» Technik. Das bedeutet, dass klare schwarze Umrisse mit soliden, nicht strukturierten Farbflächen kombiniert werden. Dieser Ansatz ist in der 2D-Comic-Illustration weit verbreitet und aufgrund seiner Einfachheit, Klarheit und visuellen Attraktivität besonders in Kindermedien beliebt. Jedes Element bleibt auch für jüngere Leser klar unterscheidbar, und das Fehlen komplexer Texturen hilft dem Auge, sich auf die Charaktere und Handlungen zu konzentrieren.

Anstelle der traditionellen Verlaufsschattierung, die weiche, allmähliche Lichtübergänge erzeugt, wurde eine Technik namens «Cel-Shading» gewählt. Beim «Cel-Shading» werden scharfe, saubere Schatten mit wenig bis gar keinen Übergängen verwendet, in der Regel in ein oder zwei Farbtönen. Diese Methode imitiert das visuelle Erscheinungsbild eines Comics und eignet sich besonders gut für Illustrationen, die sich an Kinder richten, da sie das Bild leicht lesbar und visuell strukturiert halten. Ausserdem passt «Cel-Shading» gut zu den flächigen Grund- und Vektorkonturen, die beim Zeichnen verwendet werden.



Abb. 24: Flat-colored Line Art + Cel-Shading – Beispiel, Szene 2

Der Hintergrund.

Das erste visuelle Element, das für den Comic geschaffen wurde, war die Hintergrundillustration, die als Hauptstandort für die meisten der Szenen dient. Da sechs der zehn Szenen in der Herbstsaison spielen, wurde beschlossen, einen grossen Waldhintergrund zu entwerfen, der in mehreren Abschnitten wiederverwendet werden kann. Dieser Ansatz wurde gewählt, um beim Zeichnen Zeit zu sparen und die visuelle Konsistenz zu wahren, während gleichzeitig der Fokus mehr auf die Illustrationen der Charaktere und ihre Handlungen gelegt werden konnte.

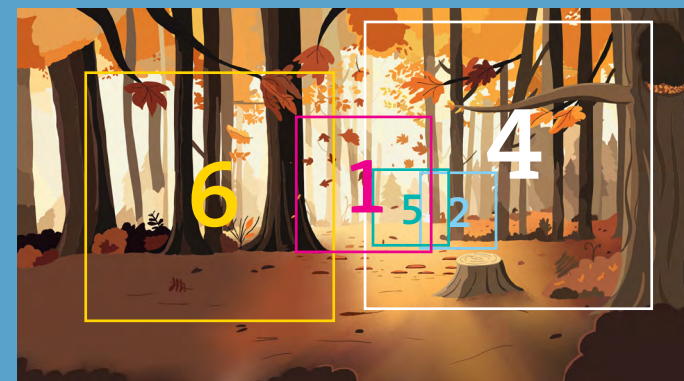


Abb. 25.1: Cornell Comic Hintergrund + Szenen Beispiele

Es wurden wichtige Details hinzugefügt, damit der Hintergrund sinnvoll mit der Geschichte interagiert. Dazu gehörten Elemente wie ein abgeschnittener Baumstumpf und ein Baum mit einem grossen Ast sowie einer mit Eicheln gefüllten Höhle. Diese stellt eine visuelle Verbindung zu den Handlungen von Eichhörnchen Fritz in den ersten Szenen her.



Abb. 25.2: Zusätzliche Details im Hintergrundbild

Um Inspiration zu finden und einen passenden visuellen Stil zu definieren, wurde mit Krea.ai ein erstes Konzeptbild erstellt. Dies half dabei, die Farbpalette, die Beleuchtung und die Umgebungsdetails zu bestimmen, die das Setting glaubwürdig und für einen Kindercomic geeignet erscheinen lassen.

Auf der Grundlage dieser Referenz wurde eine grobe Skizze des Waldes in Adobe Fresco mit dem pixelbasierten Bleistift-Werkzeug erstellt. Sobald die Komposition feststand, wurde der Hintergrund mit Hilfe von Vektorebenen weiterentwickelt.

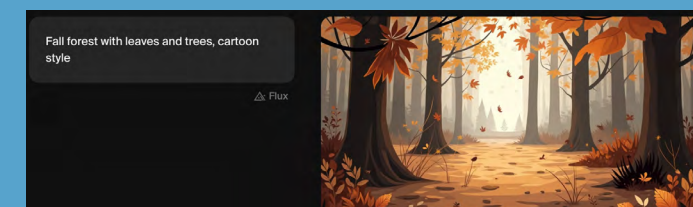


Abb. 26: Krea.ai – Hintergrundbild

Nachdem die Herbstwaldszene fertiggestellt war, wurde sie wiederverwendet und modifiziert, um andere Jahreszeiten widerzuspiegeln, die später in der Geschichte vorkommen (Winter, Frühling und Sommer). Anstatt jeden Hintergrund von Grund auf neu zu zeichnen, wurde derselbe Wald in Farbe und Detail angepasst, um die jahreszeitlichen Veränderungen widerzuspiegeln. So wurde zum Beispiel Schnee für den Winter und blühende Blumen für den Frühling hinzugefügt. Diese kleinen, aber effektiven Änderungen trugen dazu bei, den Lauf der Zeit zu vermitteln. Dass ist ein wichtiger Teil der Botschaft des Comics über Sparen und Geduld.

Das gesamte Visual musste nicht neu gezeichnet werden, sondern nur die Teile, die in diesen drei Szenen (6,

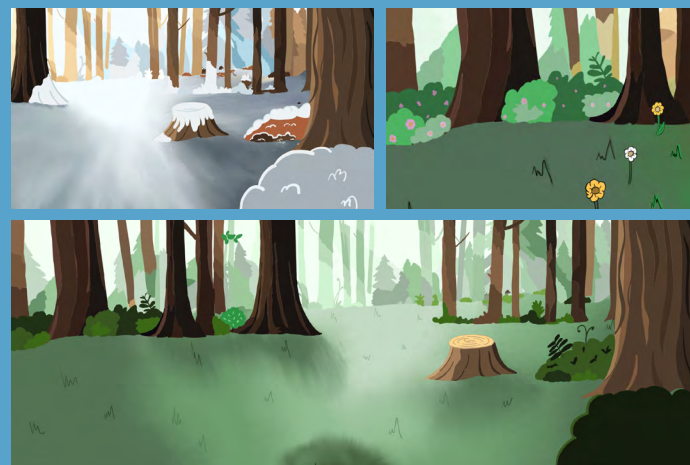


Abb. 27: Hintergrund Varianten – Winter, Frühling, Sommer

7 und 10) zu sehen sind. Das spart Zeit, und da der ursprüngliche Hintergrund durch den Ebenen-Workflow gezeichnet wurde, kann dies effizient durchgeführt werden.

Die Szenen.

1. Szene:

In der ersten Szene befindet sich Cornell in der Mitte und leicht im Hintergrund des Waldes. Diese Position wurde gewählt, um zu zeigen, dass er den Wald betritt und seine Reise beginnt. Sein Körper ist nach rechts gerichtet, und seine Pose mit dem angehobenen Bein suggeriert Bewegung, was dazu beiträgt, den Blick des Lesers auf natürliche Weise zur nächsten Szene zu lenken.

Der Gesichtsausdruck ist neugierig und fröhlich, was zum spielerischen Ton des Comics passt und Cornell lebendig wirken lässt, ohne dass Text nötig ist. Der Hintergrund ist hier deutlicher zu sehen, um das Setting vorzustellen, während Cornells Platzierung der Szene Tiefe verleiht.

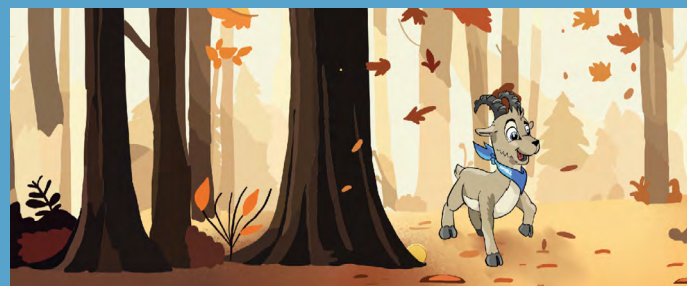


Abb. 28: Cornell Comic – Szene 1

2. Szene:

Cornell ist in einer Nahaufnahme zu sehen, leicht nach links versetzt. Dieser Bildausschnitt lenkt die Aufmerksamkeit auf seinen Gesichtsausdruck und die Eichel in Bewegung. Sein spielerisches Lächeln und die geschlossenen



Abb. 29: Cornell Comic – Szene 2

Augen deuten auf Überraschung oder Neugierde hin und stellen den Moment kurz vor der Interaktion mit dem Eichhörnchen dar.

Die durch die Luft fliegende Eichel sorgt für Bewegung und macht deutlich, dass im Hintergrund etwas passiert. Dies ermutigt die Leser, sich auf die nächste Szene zu freuen und hält die visuelle Erzählung dynamisch.

3. Szene:

In dieser Szene wurde die Vogelperspektive gewählt, um die Entfernung zwischen Cornell und dem Eichhörnchen, das auf einem dicken Ast sitzt, aufzuzeigen. Diese ungewöhnliche Perspektive schafft visuelles Interesse und hilft dem Leser, die räumliche Beziehung zwischen den beiden Figuren zu verstehen.

Cornell ist unten links platziert und blickt mit einem neugierigen und überraschten Ausdruck nach oben, was die Aufmerksamkeit auf seine Blickrichtung lenkt. Das Eichhörnchen, das vor allem von hinten zu sehen ist, sitzt auf dem Ast und stellt einen Bezug zur fliegenden Eichel her. Diese Einstellung baut die Vorfreude auf die Interaktion der beiden in der nächsten Szene auf und zeigt gleichzeitig deutlich, wer die Eichel fallen gelassen hat.



Abb. 30: Cornell Comic – Szene 3

4. Szene:

Diese Totale zeigt beide Figuren im Wald, mit Cornell auf der rechten Seite und Fritz auf einem Baumstumpf sitzend. Um visuell zu verdeutlichen, wie Fritz den Boden erreicht, wurden Bewegungslinien vom Ast über dem Baumstamm bis hin zum Baumstumpf hinzugefügt. Dies gibt der Szene ein Gefühl von Bewegung und hilft jüngeren Lesern, den Übergang zu verfolgen, ohne dass zusätzlicher Text benötigt wird.

Cornell ist in einer einladenden, auf die neuen Informationen neugierigen Pose gezeichnet, während Fritz entspannt und gesprächsbereit wirkt. Die zentrierte Positionierung lenkt den Fokus auf ihre erste wirkliche Interaktion, mit genügend Raum um sie herum, um die

Szene trotz der zusätzlichen Aktion lesbar und visuell ruhig zu halten.

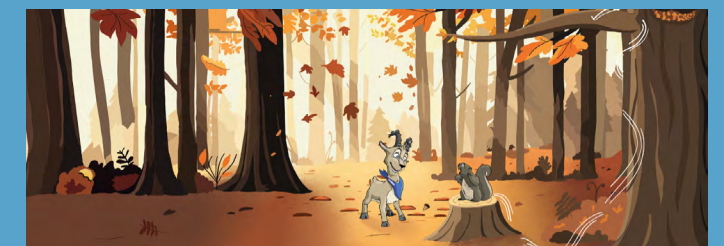


Abb. 31: Cornell Comic – Szene 4

5. Szene:

In dieser Szene werden Cornell und Fritz zum ersten Mal im Gespräch gezeigt. Cornell steht im Vordergrund und blickt mit einem breiten Lächeln und strahlenden Augen nach oben. Die hinzugefügte Gedankenblase mit dem Fußball zeigt deutlich, wofür Cornell jetzt sparen will, und macht sein Ziel für junge Leser sofort verständlich.

Fritz steht etwas hinter Cornell und blickt mit einem unterstützenden Blick zu ihm auf. Ihre Position und Körpersprache spiegeln einen ermutigenden Moment in der Geschichte wider, in dem die Idee des Sparens für Cornell spannend wird. Die Gestaltung der Szene lenkt die Aufmerksamkeit auf seine Vorstellungskraft und hält gleichzeitig alles leicht und überschaubar.

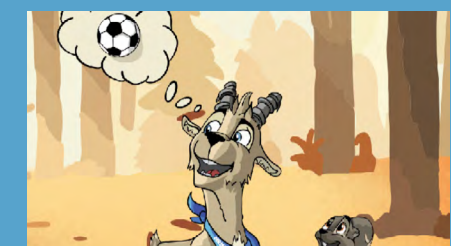


Abb. 32: Cornell Comic – Szene 5

6. Szene:

In dieser Szene wird Cornell beim Laubrechen gezeigt, als Teil seiner Bemühungen, Geld zu verdienen. Er steht im Vordergrund, lächelt und arbeitet aktiv. Seine Körperhaltung ist leicht nach vorne gebeugt und zeigt Bewegung und Engagement bei der Arbeit. Dies unterstreicht die Idee, dass Sparen mit Arbeit beginnt.



Abb. 33: Cornell Comic – Szene 6

Eine andere Figur im Hintergrund arbeitet ebenfalls, was den Gedanken unterstützt, dass Cornell bei dieser Arbeit nicht allein ist, und der Tätigkeit mehr Realismus verleiht. Der Fokus bleibt eindeutig auf Cornell gerichtet, während die zusätzliche Tiefe und Aktion im Hintergrund die Szene lebendig und mit alltäglichen Erfahrungen verbunden halten.

7. Szene:

Diese Winterszene zeigt Cornell, der seinen Geburtstag feiert, und setzt damit die Geschichte fort, in der es darum geht, wie er Geld spart. Er sitzt auf der rechten Seite mit einem freudigen, hoffnungsvollen Gesichtsausdruck, während er auf die Torte blickt. Ein mit Münzen gefüllter Geschenkschlag ist deutlich vor der Torte platziert, wodurch visuell deutlich wird, dass Cornell sich für Geld anstelle von Geschenken entschieden hat.

Die schneebedeckte Umgebung markiert den Wechsel der Jahreszeiten und unterstreicht die Zeitachse seiner Sparreise. Seine Körpersprache ist ruhig und konzen-

triert, was zeigt, dass dieser Moment bedeutungsvoll und absichtlich ist und nicht nur Teil einer Feier. Diese visuelle Veränderung unterstützt die Idee, dass Sparen durch kluge Entscheidungen entsteht, nicht nur durch Arbeit.



Abb. 34: Cornell Comic – Szene 7

8. Szene:

In dieser frühlingshaften Szene betreibt Cornell einen Blumenstand, um weiterhin Geld zu verdienen. Er steht in der Mitte hinter dem Stand, lächelt und hält eine Blume hoch. Wenn er nach rechts, aus dem Bild heraus, schaut, kann man annehmen, dass er mit jemandem ausserhalb des Bildes interagiert. Seine Haltung ist aufrecht und fröhlich, mit Stolz auf seine Arbeit.

Das Preisschild und die beschriftete Tafel «Blumen» machen die Szenerie leicht verständlich. Ein Sparschwein auf dem Tisch verstärkt das Thema Sparen visuell. Der jahreszeitliche Wechsel hilft erneut, den Wandel der Zeit darzustellen. Die bunten Farben und Blumen passen zur Frühlingsstimmung.



Abb. 35: Cornell Comic – Szene 8

9. Szene:

Diese Szene wird in einer Nahaufnahme gezeigt, um den Fokus auf die beiden Personen und ihre Interaktion zu legen. Cornell befindet sich auf der linken Seite und streckt dem Ladenbesitzer, der ihm den Fussball hält, aufgeregt die Hand entgegen. Dieser Bildausschnitt hebt den emotionalen Moment hervor, in dem Cornells langer Weg des Sparens zu Ende geht.

Der Hintergrund ist absichtlich einfach gehalten, ohne detaillierte Inneneinrichtung des Ladens. Stattdessen wurde ein weicher, brauner Farbverlauf verwendet, um die Wärme eines Innenraums zu suggerieren. Die Beleuchtung bewegt sich von links nach rechts, beginnt hell und geht in Schatten über, um den Blick des Betrachters über die Szene zu führen und gleichzeitig den stattfindenden Austausch zu betonen. Diese reduzierten Hintergrunddetails lenken die Aufmerksamkeit auf die Handlung und die Mimik und halten die Szene klar und fesselnd für junge Leserinnen und Leser.



Abb. 36: Cornell Comic – Szene 9

10. Szene:

Die Schlusszene findet im Sommer statt und schliesst den Kreis der Geschichte, als Cornell Fritz stolz seinen neuen Fussball zeigt. Beide Figuren sind unten links positioniert, wobei Cornell selbstbewusst dasteht und Fritz aufgeregt nach oben schaut. Ihre glücklichen Gesichter und ihre Körpersprache signalisieren eindeutig den Erfolg von Cornells Reise.

Der Baumstumpf aus früheren Szenen taucht im Hintergrund wieder auf und trägt dazu bei, die Geschichte visuell an ihren Anfang zurückzubringen. Die Umgebung ist heller und grüner, um die Sommerstimmung widerzuspiegeln, und weiche Beleuchtung und Schatten geben der Szene ein warmes, entspanntes Gefühl. Dieses Layout legt den Schwerpunkt auf die Figuren und ihre Interaktion, lässt aber auch Freiraum, um Freiheit, Spiel und die Belohnung für Geduld und Sparen darzustellen.



Abb. 37: Cornell Comic – Szene 10

Licht und Schatten.

Im gesamten Comic wurde ein einheitliches Beleuchtungs-Setup verwendet, um das Zusammenspiel aller Szenen zu gewährleisten. Die Lichtquelle wurde so definiert, dass sie von hinten links in die Umgebung fällt. Dies beeinflusste sowohl die Art und Weise, wie der Hintergrund schattiert wurde, als auch die

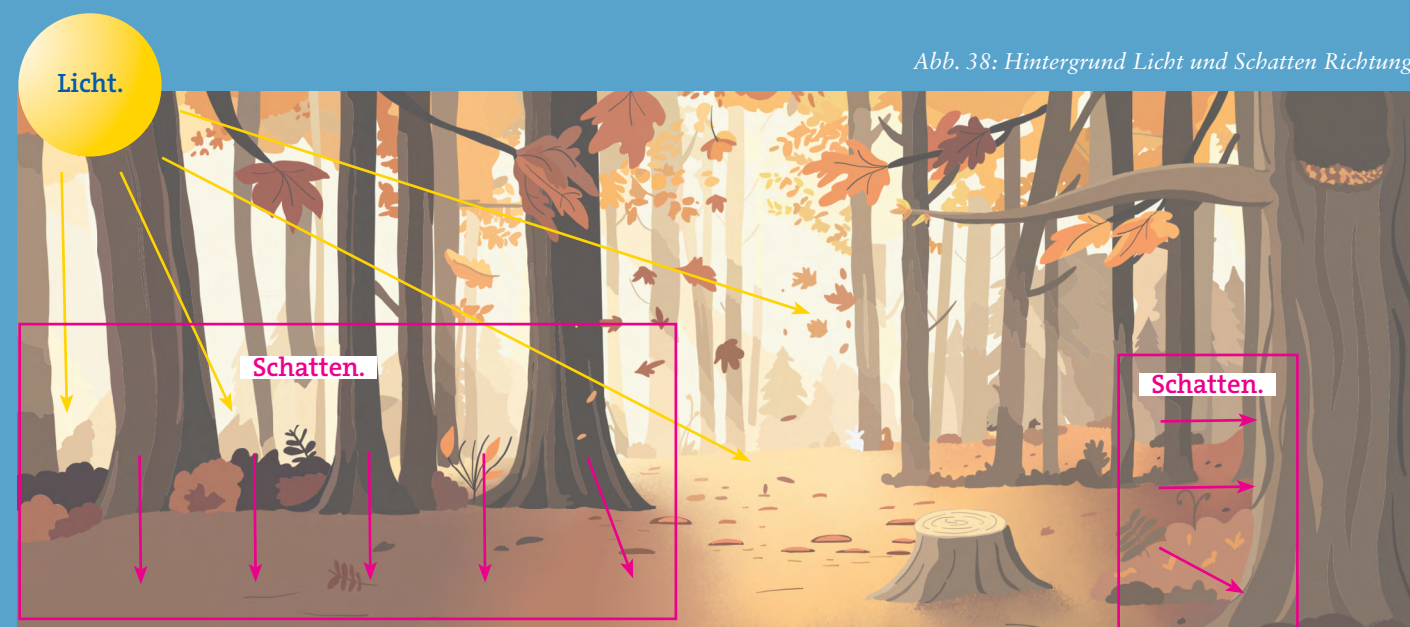


Abb. 38: Hintergrund Licht und Schatten Richtung

Beleuchtung der Figuren in jeder Szene.

Die Bäume und Büsche im Vordergrund blockieren einen Teil des einfallenden Lichts, weshalb der vordere linke Bereich der meisten Szenen dunkler bleibt. Im Gegensatz dazu lässt eine Lichtung in der Mitte das Licht weiter in das Bild eindringen, wodurch ein natürlicher visueller Fluss entsteht. Je weiter die Szene nach rechts vordringt, desto weniger Licht gelangt hindurch, und die Umgebung wird allmählich dunkler. Dieser bewusste Lichtverlauf hilft, das Auge des Betrachters zu lenken, und schafft eine dynamischere Atmosphäre, ohne vom zentralen Fokus abzulenken.

Auf der Figurenseite wurden Licht und Schatten entsprechend der gleichen Richtung aufgetragen. Die linke Seite der Figuren ist im Allgemeinen beleuchtet, während die rechte Seite dunkler erscheint, je nach Position und Ausrichtung der Figuren. In einigen Szenen, vor allem wenn die Figuren von oben oder schräg gese-

hen werden, fällt das Licht von oben, und die Schatten werden unten angebracht.

Die Technik des «Cel-Shading», mit der diese Beleuchtung umgesetzt wird, wurde zwar schon vorher definiert, aber es ist wichtig zu wissen, dass sie auch hier konsequent umgesetzt wurde. Die Schattierungen folgen der Lichtrichtung in allen Szenen und tragen dazu bei, die einzelnen Momente visuell miteinander zu verbinden und das Setting der Comicwelt zu verstärken.



Abb. 39: Charakter (Szene 5) Licht und Schatten Richtung

Charaktere.

Cornell:

Für diesen Comic wurde die Hauptfigur Cornell auf der Grundlage der offiziellen Cornell-Charakterrichtlinien gezeichnet. Wichtige Merkmale wie die breiten Hörner, die grossen Ohren, die hervorgehobenen Augen, der schlanke Hals, der zottelige Schwanz, die kräftigen Kniegelenke und die grossen Hufe wurden sorgfältig befolgt, um den Wiedererkennungswert bei der Zielgruppe zu erhalten.

Der Zeichenstil folgt einer «Flat-colored Line Art», die für den gesamten Comic gewählt wurde. Aufgrund dieser stilistischen Wahl unterscheidet sich Cornell leicht von den ursprünglich von *Mathias Durisch* gezeichneten Comics, entspricht aber dennoch vollständig dem offiziellen Corporate Design.

Der Schal wurde in einer einfachen blauen Version mit dem Schriftzug «Cornell» gezeichnet, anstatt das detaillierte K-Muster zu verwenden. Diese Anpassung ist nach dem Cornell-Styleguide erlaubt, wenn die Herstellung des Originalmusters zu aufwendig wäre. Die vereinfachte Version machte den Zeichenprozess effizienter und bewahrte gleichzeitig die starke visuelle Verbindung zur GKB.

Cornell Halstuch

Das Halstuch ist auf allen Produkte/Zeichnungen mit Cornell präsent und stellt die Verbindung zur GKB her. Darum verwenden wir ein gezeichnetes „K-Muster“. Alternativ besteht die Möglichkeit ein einfaches blaues Tuch mit dem Schriftzug Cornell an der Seite zu wählen. Dies kommt nur zum Einsatz, wenn die Produktion des „K-Musters“ zu aufwändig wird (Bsp. Sparkäseli).

Abb. 40: Cornell Halstuch Styleguide – Frontify

Abb. 41: Cornell Vergleich



Fritz:

Die Figur Fritz wurde speziell für dieses Comic-Projekt geschaffen. Der Name «Fritz» wurde einfach deshalb gewählt, weil er leicht auszusprechen ist, zum freundlichen Wesen der Figur passt und als deutschsprachiger Name zur Geografie der Zielgruppe passt.

Da sich die Handlung des Comics um ein Eichhörnchen dreht, das Eicheln sammelt, war es notwendig, eine neue Figur zu schaffen, die es in den ursprünglichen Comics von Mathias Durisch noch nicht gab. Um den Gestaltungsprozess zu vereinfachen und eine visuelle Übereinstimmung mit der bekannten Cornell-Welt zu gewährleisten, wurde der von Durisch geschaffene Charakter «Munggi» als Vorlage für Fritz verwendet. Von der Körperform und den Proportionen her entsprach Munggi am ehesten einem Eichhörnchen, was ihn zu einem praktischen Ausgangspunkt für das neue Design machte.

Fritz wurde an denselben flächigen Linienstil angepasst, der für diesen Comic gewählt wurde, was zu leichten Unterschieden im Vergleich zu *Durischs* ursprünglichen Charakterillustrationen führte. Da es für Nebenfiguren wie Munggi keine strikten Corporate-

Design-Richtlinien oder Stilvorgaben gibt, gab es mehr kreative Freiheit bei der Entwicklung vom Aussehen von Fritz. Ziel war es, eine Figur zu entwerfen, die zu Cornell passt, aber dennoch klar als Eichhörnchen erkennbar ist, die Geschichte visuell unterstützt und sich natürlich in die Welt des Comics einfügt.



Abb. 42:
Munggi und
Fritz Vergleich

Ladenbesitzer:

Der Ladenbesitzer tritt nur kurz auf und basiert auf der Figur des Bauern, die von Mathias Durisch gezeichnet wurde. Seine grosse und kräftige Körperform passt gut zu der Rolle des freundlichen Verkäufers.

Um dem «Flat-colored Line Art» Zeichenstil des Comics gerecht zu werden, wurde die Figur angepasst. Die Gesichtsbehaarung wurde reduziert, damit sein Oberkörper für die Leser sichtbar bleibt. Wie bei Fritz war auch hier kreative Freiheit möglich, da es keine strengen Stilrichtlinien für Nebenfiguren gibt.



Abb. 42: Bauern und
Ladenbesitzer Vergleich

Farben.

Um die visuelle Einheit zu wahren und die Erzählung zu unterstützen, wurde eine Farbpalette sowohl für die saisonalen Hintergründe als auch für die Figuren entwickelt. Die Farben wurden sorgfältig ausgewählt, um dem kinderfreundlichen und «Flat-colored» Stil des Comics gerecht zu werden. Dies war ein wichtiger Grundstein für den «E – Entscheiden»-Teil der IPER-KA-Methode.

Hintergründe:

Die Farbauswahl für den Herbsthintergrund basierte auf dem bereits erwähnten Referenzbild von Krea.ai, wobei Anpassungen vorgenommen wurden, um den Stil des Comics besser an die Zielgruppe anzupassen und ihn lebendiger und verspielter zu gestalten. Mit Hilfe von Adobe Color, insbesondere dem Farbrad-Tool, wurde eine Palette erstellt, die sich auf analoge Farben wie Gelb, Orange und Rot konzentriert, um die Herbstsaison darzustellen.

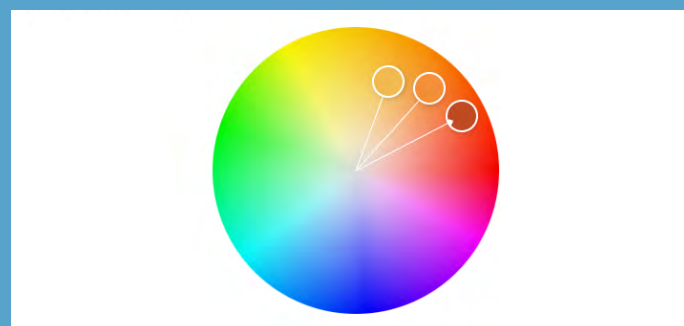


Abb. 44: Analoge Farben (Rot, Orange, Gelb) – Adobe Color

Nachdem die Hauptfarben für jede Jahreszeit festgelegt waren, wurden hellere und dunklere Töne dieser Farben definiert. Auf diese Weise bleiben die Szenen in einem monochromen Bereich und verwenden Ände-

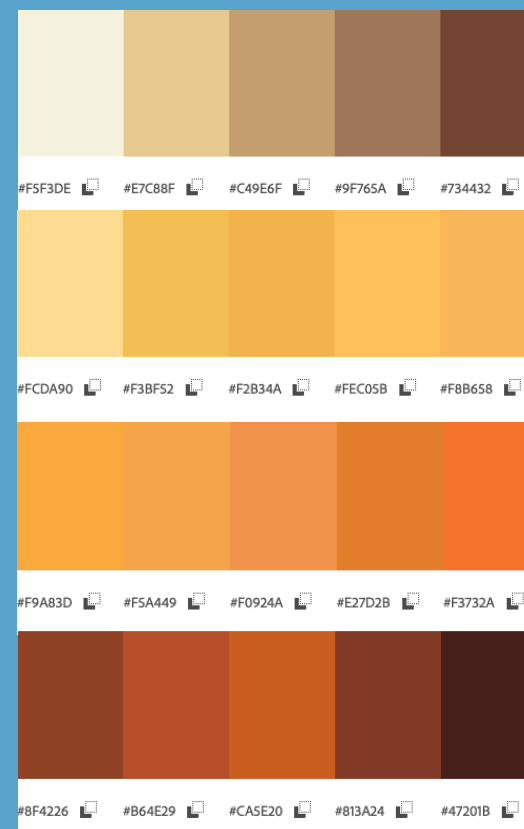


Abb. 45: Monochrom Farben – Herbst

runge in Helligkeit und Sättigung. Das verleiht den Hintergründen Abwechslung und Tiefe, ohne sie chaotisch oder zu bunt aussehen zu lassen.

Für Winter, Frühling und Sommer wurde die gleiche Methode angewandt, allerdings ohne ein Referenzbild. Der Winter verwendet helle und dunkle Blautöne, um ein kaltes Gefühl zu vermitteln. Im Frühling kommen Grüntöne mit einigen kleinen Akzenten von Rosa (als Komplementärfarbe) und Gelb bei den Blumen zum Einsatz, um den Wald lebendiger wirken zu lassen, ohne von der Hauptumgebung abzulenken. Im Sommer ist das Grün im Vergleich zum Frühling stärker präsent. Die Blüten sind nicht mehr zu sehen und werden durch dichte grüne Büsche und eine üppigere Vegetation ersetzt.

Charaktere:

Die Farben für die Figuren wurden auf einfache und direkte Weise festgelegt. Mit dem Pipetten-Werkzeug von Photoshop wurden die Hauptfarben sowie die Schatten- und Spitzentöne aus früheren Cornell-Comics übernommen, die von Mathias Durisch illustriert wurden. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass die Figuren

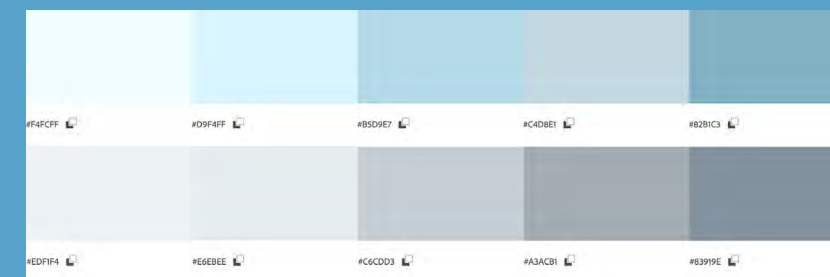


Abb. 46: Monochrom Farben – Winter

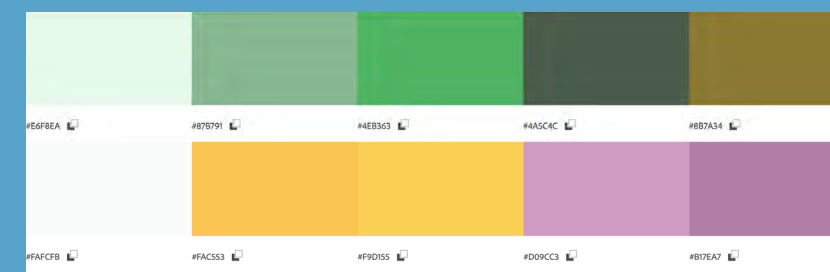


Abb. 47: Monochrom Farben – Frühling

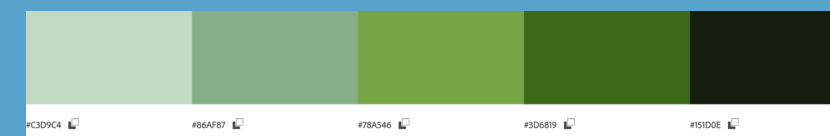


Abb. 48: Monochrom Farben – Sommer

visuell mit den früher veröffentlichten Versionen übereinstimmen und der wichtige Wiedererkennungswert für die junge Leserschaft erhalten bleibt.

Die Sättigung und Helligkeit der Originalfarben wurden leicht angepasst, um sie besser an die neuen Hintergrundumgebungen anzupassen. So wurde beispielsweise Cornells Fellfarbe etwas heller gestaltet, damit er sich deutlicher von den Herbst-, Frühlings- und Sommerhintergründen abhebt und zum neueren Stil des Comics passt.

Cornell:

	Licht:	Schatten:
Körper HEX #c3b593	Körper HEX #dbcfb6	Körper HEX #8d8064
Bauch HEX #f1ecd4	Bauch HEX #f2edd9	Bauch HEX #d3cdb3
Hufe / Hörner HEX #696a65	Hufe / Hörner HEX #929390	Hufe / Hörner HEX #363736
Halstuch HEX #4e7bcf	Halstuch HEX #6fb7dc	Halstuch HEX #4153a4

Fritz:

	Licht:	Schatten:
Körper HEX #6a6456	Körper HEX #877f6d	Körper HEX #544f41
Bauch / Schwanz HEX #d2c1a7	Bauch / Schwanz HEX #d2cbbc	Bauch / Schwanz HEX #b7a996

Ladenbesitzer:

	Licht:	Schatten:
Haut HEX #f4caa1	Haut HEX #f4d4b4	Haut HEX #c19a72
Bekleidung HEX #d7bbcd1	Bekleidung HEX #cbe7eb	Bekleidung HEX #c2b89d

Haar HEX #948872	Haar HEX #a79a7e	Haar HEX #272723
---------------------	---------------------	---------------------

Text.

Als Teil der «R – Realisieren» wurden die Sprechblasen des Comics mit Adobe Photoshop erstellt. Diese Methode machte es einfach, den Text direkt in den Designdateien zu platzieren und anzupassen. Jede Sprechblase wurde im Voraus erstellt, sodass sie je nach Bedarf flexibel im Layout des Comics positioniert werden konnte.

Die Schriftart «Komika» wurde gewählt, da sie die offizielle Schriftart ist, die in den ursprünglichen Cornell-Comics von *Mathias Durisch* verwendet wurde. Es war wichtig, den Wiedererkennungswert der Cornell-Comics zu erhalten, nicht nur durch das Charakterdesign, sondern auch durch die Typografie und die typische runde Form der Sprechblasen.

Die Sprechblasen selbst wurden mit einem weissen Hintergrund und einer schwarzen Kontur gestaltet, um ein sauberes und kindgerechtes Erscheinungsbild zu gewährleisten. Da sich der Comic an jüngere Leserinnen und Leser richtet, wurde eine grössere Schriftgrösse verwendet, um die Lesbarkeit zu verbessern. Kein Text wurde kleiner als 9 pt gesetzt, da alles unter 8 pt im Allgemeinen als schwer lesbar gilt. Wenn nur kurze Sätze benötigt wurden, wurde die Schriftgrösse erhöht. Bei längeren Texten wurde die Schrift leicht verkleinert, um sicherzustellen, dass der Text gut in die Sprechblase passt, ohne das Design zu überladen.

Durch die Vorerstellung der Sprechblasen in Photoshop konnten Anpassungen der Grösse, der Textpo-

sition oder der Blasenform schnell und einfach vorgenommen werden, ohne den Arbeitsablauf in der Hauptdatei (Adobe InDesign) zu unterbrechen.

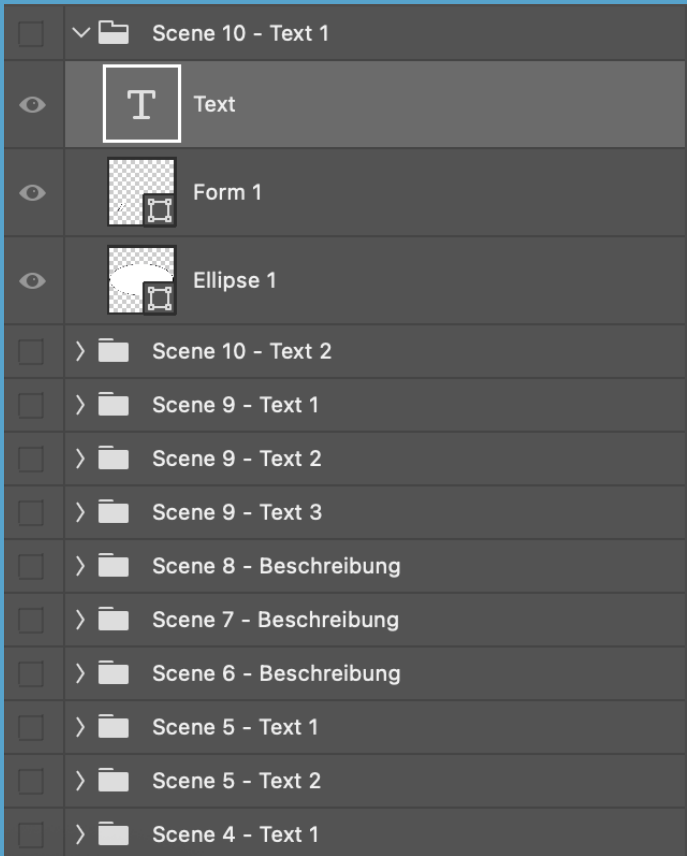


Abb. 49: Adobe Photoshop – Sprechblasen Text Ebene



Abb. 50: Adobe Photoshop – Sprechblasen Beispiel

Layout.

Das endgültige Layout des Comics wurde auf der Grundlage des dritten Storyboard-Entwurfs erstellt. Dieser Entwurf diente als direkte Vorlage für die Platzierung und Grösse der Comic-Container auf den beiden A5-Seiten.

Das Layout wurde sorgfältig so gestaltet, dass Szenen mit mehr Text in grösseren Containern platziert wurden, damit sowohl für die Illustrationen als auch für die Sprechblasen genügend Platz vorhanden war. Szenen mit wenig oder gar keinem Text wurden in kleineren Containern platziert, um einen ausgewogenen Leserhythmus zu schaffen und den visuellen Fluss dynamisch zu halten.

Die Gesamtanordnung der Container folgt der Standard-Leserichtung eines Comics und bewegt sich ganz natürlich von links nach rechts und von oben nach unten. Auch die Platzierung der Sprechblasen wurde in dieser Phase berücksichtigt, wobei darauf geachtet wurde, dass in jeder Szene genügend Freiraum vorhanden ist, ohne wichtige visuelle Elemente zu blockieren.

Um den Comic für den Druck vorzubereiten, wurde Adobe InDesign für das endgültige Dokument verwendet. Das Hauptlayout des Magazins, das von der externen Agentur „Jaywalker“ geliefert wurde, wurde ebenfalls als InDesign-Datei erstellt. Durch die Erstellung des Comic-Layouts direkt in InDesign war es viel einfacher, den Comic nahtlos in die Gesamtstruktur des Magazins zu integrieren, ohne dass es zu Problemen mit der Dateikompatibilität kam.

Dieser Ansatz trug dazu bei, einen konsistenten Ar-

beitsablauf aufrechtzuerhalten, und stellte sicher, dass alle Druckspezifikationen ohne Komplikationen erfüllt werden konnten.

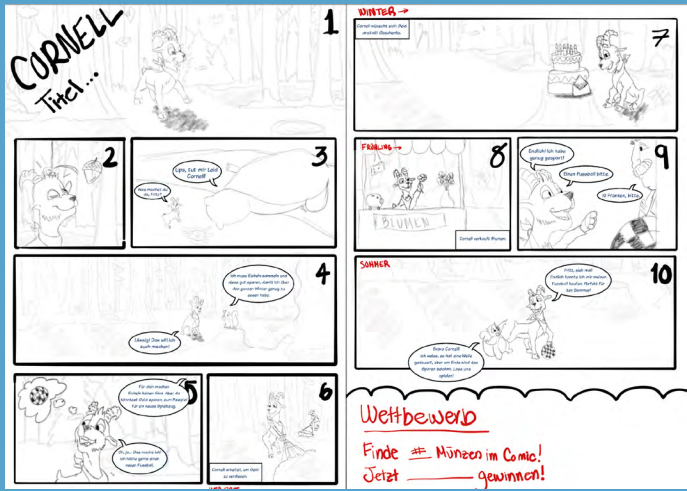


Abb. 51: Adobe InDesign – Storyboard als Vorlage

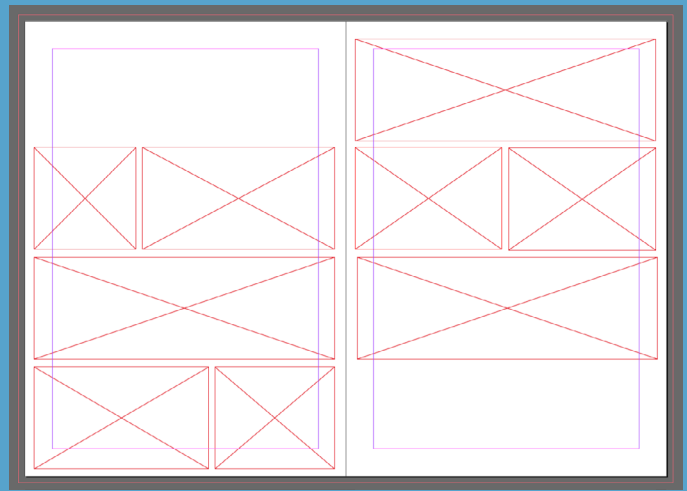


Abb. 52: Adobe InDesign – Rechteckrahmen gemäss Vorlage

Um das Layout des Comics effizient zu gestalten, wurde das Rechteckrahmen-Tool in Adobe InDesign verwendet. Damit konnten alle Containerrahmen vorgefertigt werden, so dass es einfach war, die Szenen

korrekt und proportional in die ihnen zugewiesenen Container einzufügen.

Die Sprechblasen wurden dann auf einer separaten Ebene über den Szenen hinzugefügt, um eine klare Platzierung zu gewährleisten, ohne die Zeichnungen zu beeinträchtigen. Zur Vervollständigung des visuellen Rahmens wurde auch eine Hintergrundebene hinzugefügt.

Da die erste und die letzte Szene am wichtigsten sind, um die Umgebung der Geschichte zu etablieren, wurde das Werkzeug «Generative Füllung» von Photoshop verwendet, um den Hintergrund über die Originalzeichnungen hinaus zu erweitern. Mit dieser Technik war es möglich, die Szenen auf natürliche Weise zu überblenden und sicherzustellen, dass die erweiterten Bereiche dennoch gut zum Gesamtstil des Comics passen und visuell konsistent bleiben.



Abb. 53: Adobe Photoshop – Generative Füllung

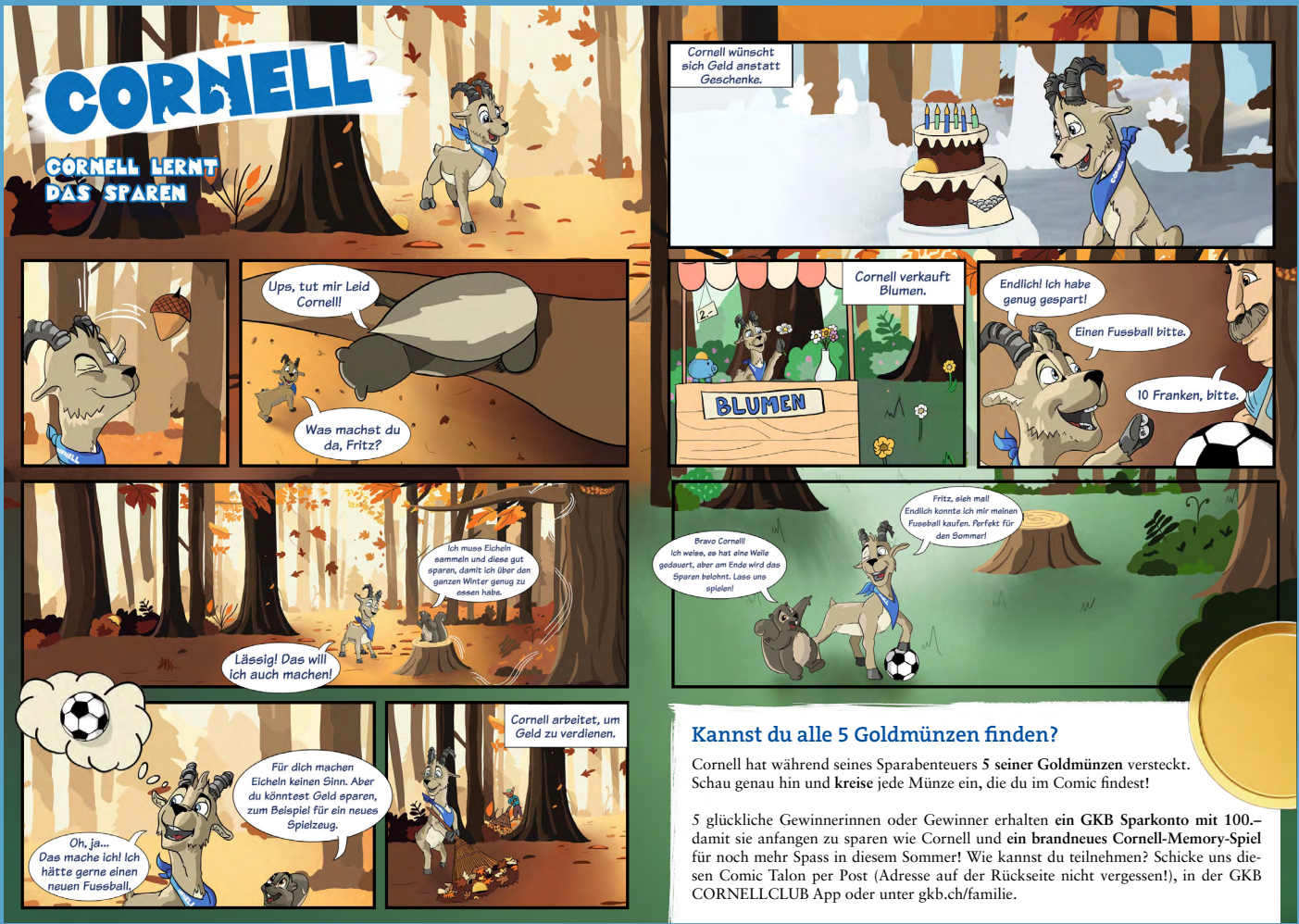


Abb. 54: Adobe InDesign – Final Comic Layout

Am Ende des Comics wurde ein kleiner Abschnitt für den Wettbewerb eingefügt, der in einem weissen, handgezeichneten Kasten platziert ist, um ihn deutlich vom restlichen Inhalt des Comics abzugrenzen. Diese Layout-Wahl trägt dazu bei, zu signalisieren, dass der Wettbewerb ein eigenständiges Element ist, während er dennoch visuell mit dem Gesamtstil verbunden bleibt. Um die Aufgabe leichter zu verstehen, wurde neben dem Text ein Beispielbild der Goldmünze eingefügt, das als visuelle Referenz dafür dient, worauf im Comic zu achten ist.

Der Titel des Abschnitts wurde in der GKB-Hauptschrift «TheSerifC5» in 14 pt gesetzt, der Fliesstext in «Sabon» in 10 pt, beides im Rahmen des Corporate Designs, als gut lesbar befunden und direkt in InDesign platziert.

Magazin-Implementierung.

Der Comic wurde in Adobe InDesign erstellt, so dass er direkt in die von der externen Agentur bereitgestellte, vorgefertigte Magazindatei integriert werden konnte. Die beiden A5-Comicseiten wurden mit der Funktion «Verschieben» einfach in das Layout verschoben und fügten sich nahtlos in die bestehende Struktur ein.

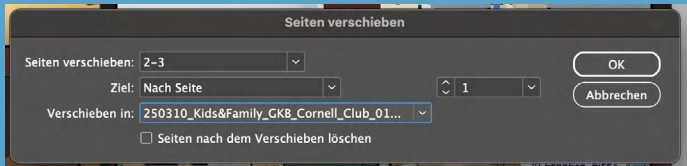


Abb. 55: Adobe InDesign – Seiten verschieben

Für das Titelbild wurde eine der Comicszenen ausgewählt, um den Platzhalter zu ersetzen. Die Szene 10 wurde gewählt, da sie einen kleinen Einblick in die Geschichte gibt und gut zum Sommerthema der Magazinausgabe passt. Die leuchtenden Farben und der fröhliche Ton der Szene unterstützen die jahreszeitliche Stimmung und ziehen die Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser schon auf der ersten Seite auf sich.



Abb. 56: Adobe InDesign – Neu Cover

Druckvorstufe.

Für den internen Druck bei der GKB wird der [PDF/X-Standard](#) verwendet, um eine saubere Verarbeitung und Kompatibilität mit den Drucksystemen zu gewährleisten. Das Dokument wurde auf den CMYK-Farbmodus eingestellt und das Profil PSO Uncoated v3 (FOGRA52) gewählt, um dem ungestrichenen Papier des Magazins zu entsprechen. Dadurch wird sichergestellt, dass das Druckergebnis eine matte und natürliche Oberfläche aufweist.

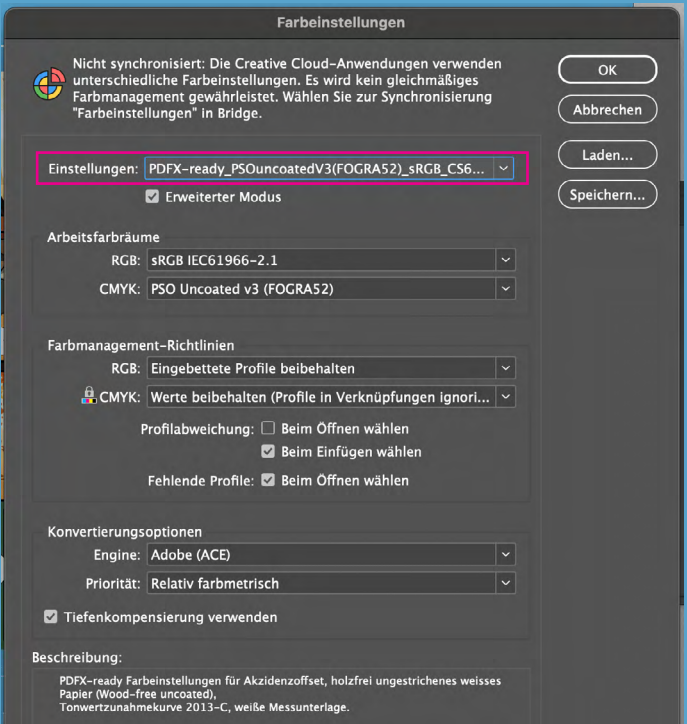


Abb. 57: Adobe InDesign – Farbeinstellung

Um die Datei korrekt für die Produktion vorzubereiten, wurden auf allen Seiten 3 mm Schnittmarken hinzugefügt. Dies garantiert, dass ganzseitige Illustratio-

nen nach dem Beschnitt sauber bis zum Rand gedruckt werden. (randabfallend)

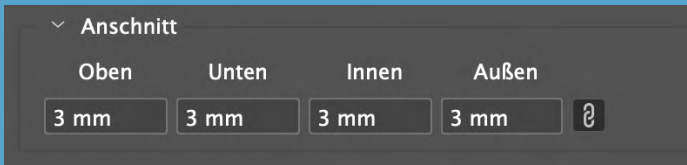


Abb. 58: Adobe InDesign – Anschnitt

Die GKB druckt alle Materialien auf 100% nachhaltigem Papier, und zwar auf der Papiersorte Pure Balance. Dieses umweltfreundliche Papier ist im Vergleich zu hochweissem, gestrichenem Papier etwas wärmer im Farbton, was zu kleinen Farbverschiebungen im Druck führen kann. Deshalb wurde ein Probe-Druck erstellt, um sicherzustellen, dass die Farben nicht zu sehr beeinträchtigt werden. Das Gewicht von 160 g wurde so gewählt, dass es der Dicke der bestehenden Cornell- Magazinsseiten entspricht, wie sie in früheren Ausga- ben verwendet wurden.

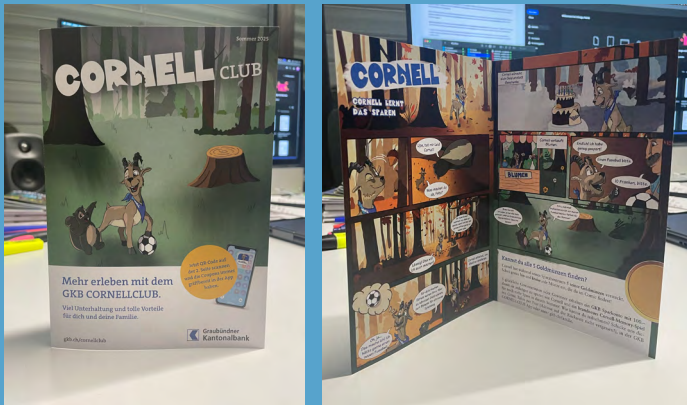


Abb. 59: Probe-Druck

Animation.

Planen.

Um das Magazin digital zu bewerben, wurde eine leichte Animation geplant, wie in den Projektkriterien bei «P – Planen» in IPERKA festgelegt. Da es sich nur um eine «leichte» Animation handeln sollte, wurde im Vorfeld eine grobe Storyboard-Skizze erstellt, an der sich Struktur und Übergänge orientierten. Die Animation wurde in drei kurze Sequenzen aufgeteilt, die als Instagram-Story und für die digitalen Bildschirme der GKB-Filialen konzipiert wurden.

Einleitung:

Die erste Szene beginnt mit einem weissen Balken und der Überschrift «Die neue Ausgabe des GKB CORNELLCLUB Magazins ist da.» Diese kurze und direkte Botschaft ist einfach verständlich und erregt die Aufmerksamkeit. Nachdem der Text erscheint, tritt Cornell von der Seite ins Bild. Einen Moment später wird er leicht von einer Eichel getroffen, wodurch ein spielerischer Übergang entsteht. Um den Blick des Betrachters sanft in die nächste Szene zu lenken, gleitet der Text aus dem Bild, während Cornell nach oben schaut und so auf die Eichel reagiert. Diese Bewegung bereitet auf die vertikale Bewegung der nächsten Sequenz vor.

Hauptbotschaft:

Der zweite Teil zeigt Fritz, das Eichhörnchen, das auf einem Ast sitzt und eine Eichel hält. Dies knüpft direkt an die erste Szene an, indem gezeigt wird, woher die Eichel stammt. Als Fritz eine weitere Eichel hinunterwirft, wird ein neuer Text eingeblendet, «Spiele, Preise und viele Vorteile für die ganze Familie». Diese Botschaft wurde gewählt, weil sie kurz, freundlich und klar ist und gleichzeitig die wichtigsten Werte des Cor-

nellclubs hervorhebt. Sie hält die Aufmerksamkeit der Betrachter durch ein kleines, erzählerisches Element hoch, gleichzeitig übermittelt sie nützliche Informationen.

Outro:

Die Schlusssequenz wird von der offiziellen GKB-Outro-Animation überblendet, die zur Wahrung der Markenkonsistenz am Ende integriert wurde. Diese beinhaltet das GKB-Logo und einen Call-to-Action, der bereits aus früheren Animationen vorgefertigt ist. Um den Betrachter weiter zu motivieren und ihn zum nächsten Schritt der Customer Journey zu führen, wird ein „Störer“ mit der Botschaft «Jetzt profitieren» eingeblendet. Das Ende der Animation ist so gestaltet, dass sie sich vollständig anfühlt und einen starken letzten Eindruck hinterlässt.

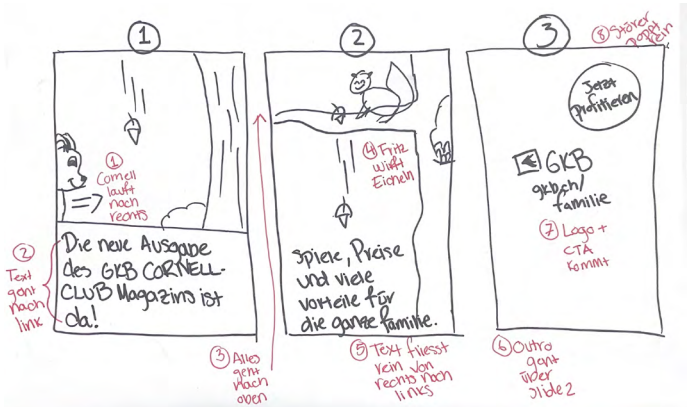


Abb. 60: Animation Skizze

Benötigte Elemente.

Um die Animation zu erstellen, wurden verschiedene visuelle Elemente im Voraus vorbereitet und hauptsächlich aus Adobe Photoshop exportiert. Diese Elemente wurden als einzelne Ebenen oder transparente Dateien gespeichert, sodass sie leicht in Adobe After

Effects importiert und animiert werden konnten.

- Herbsthintergrund
- Cornell aus Szene 1, freigestellt
- Cornell aus Szene 1, Variante mit geschlossenen Augen
- Eicheln aus Szene 2, freigestellt
- Fritz aus Szene 10, freigestellt
- Fritz aus Szene 10, Variante mit geschlossenen Augen

Zusätzlich wurde die GKB-Outro-Animation als .MOV-Datei bereitgestellt und in die finale Szene integriert, um dem offiziellen Branding der GKB zu entsprechen.

Die Schriftart «TheSerifC5» wurde sowohl für den Headline-Text als auch für das Störer-Element verwendet. Diese Textelemente wurden nicht als separate Bilddateien erstellt, sondern direkt in After Effects entworfen und animiert, was eine bessere Kontrolle und sanftere Übergänge ermöglichte.

After Effects – Struktur und Kompositionseinstellungen.

Um den Animationsworkflow zu organisieren und effizient zu gestalten, wurde in After Effects eine klare Ordnerstruktur eingerichtet. Die Hauptordner sind die Hauptkompositionen, Material, Outro und Unterkomp. Diese Struktur machte es einfach, alle Elemente richtig zu sortieren. Sie wurden in logischen Ordner platziert, sodass das Projekt einfach zu verwalten und bei Bedarf schnell zu aktualisieren war.

Durch die Einrichtung dieser Kompositionseinstel-

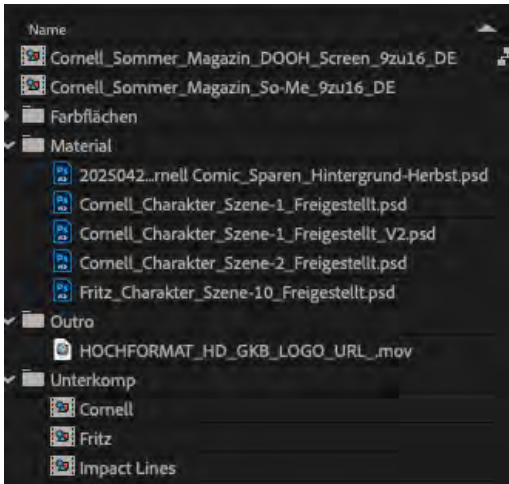


Abb. 61: After Effects – Ordnerstruktur

lungen zu Projektbeginn konnte ein sauberer und konsistenter Arbeitsbereich geschaffen werden. Dies erleichterte das Erstellen, Testen und spätere Exportieren beider Versionen der Animation ohne technische Probleme oder Änderungen.

Social Media Story – Komposition:

Diese Version wurde für das Instagram-Story-Format erstellt. Sie wurde auf ein vertikales Format von 1080 x 1920 Pixel (9:16) eingestellt, wobei die Voreinstellung «Social Media Hochformat HD» verwendet wurde. Die Bildrate wurde auf 30 Frames pro Sekunde festgelegt, was dem Standard für soziale Medien entspricht und eine reibungslose Wiedergabe auf mobilen Geräten gewährleistet. Die Gesamtlänge der Animation wurde auf 15 Sekunden festgelegt, um der Dauer der Instagram Story zu entsprechen.

Schaufenster Screen – Komposition:

Die zweite Version wurde für die digitalen Schaufenster-Bildschirme in den GKB-Filialen erstellt. Es wurde das gleiche Format 1080 x 1920 (9:16) verwendet, die Bildrate wurde aber auf 25 Frames pro Sekunde einge-

stellt. Dadurch wird sichergestellt, dass die Animation flüssig wiedergegeben wird und mit der Hardware in den Filialen kompatibel ist. Die Animationen sind auf eine Länge von 15 Sekunden begrenzt, was mit der Variante für die sozialen Medien übereinstimmt.

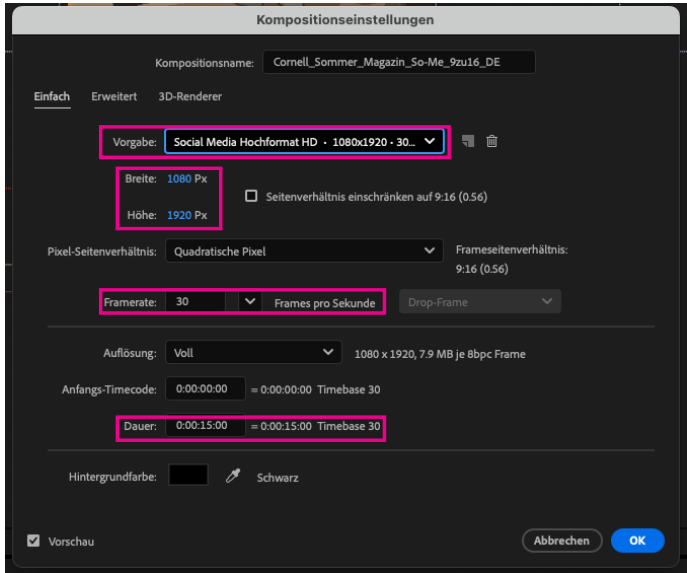


Abb. 62: After Effects – Kompositionseinstellung für Social Media

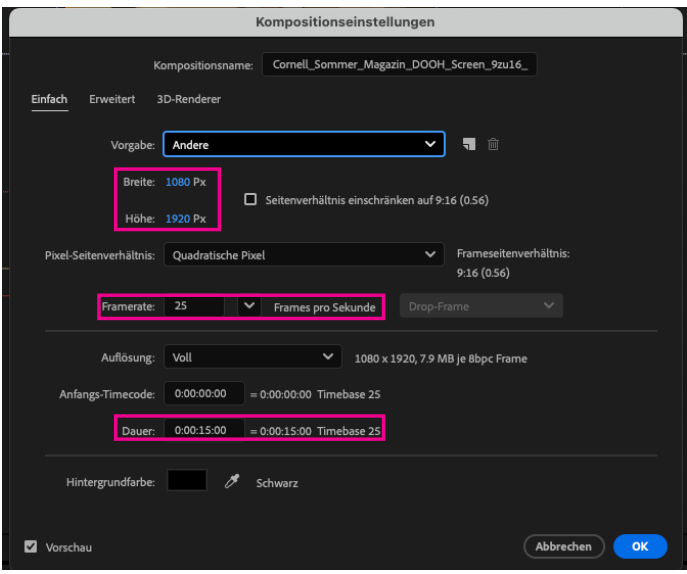


Abb. 63: After Effects – Kompositionseinstellung für DOOH

Techniken und Ausführung.

Die Animation wurde mit einfachen, aber effektiven Werkzeugen in Adobe After Effects erstellt. Es wurde eine Kombination aus Funktionen wie Position, Skalierung, Deckkraft und dem Marionetten-Werkzeug verwendet, um auf spielerische und leichte Weise Bewegung in die Comicszenen zu bringen. Dies wäre der Einstieg in die «R – Realisieren» Phase der IPERKA-Methode.

Für Hauptbewegungen wie das Hereinlaufen von Cornell in den Rahmen oder das Herabfallen von Eicheln wurde die Positionsfunktion verwendet. Durch das Setzen von zwei oder mehr Keyframes konnten die Elemente fließend von einem Ort zum anderen animiert werden.



Abb. 64: After Effects – Position-Funktion

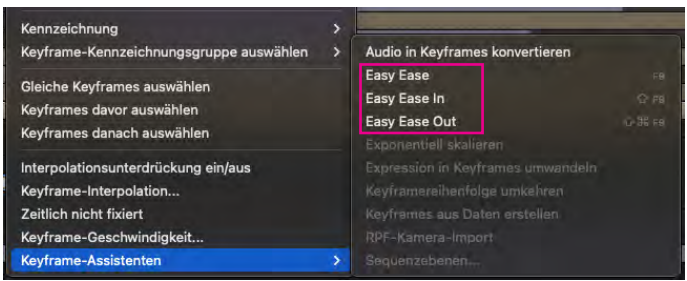


Abb. 65: After Effects – Keyframe-Assistenten

Damit sich die Bewegung natürlicher anfühlt, wurde der Keyframe-Assistent Easy Ease auf alle Bewegungsanimationen angewendet. Dadurch wurden der Beginn und das Ende jeder Bewegung abgeschwächt, was der gesamten Animation ein ausgefeilter und flüssiger aussehen lässt.

Wenn sich mehrere Elemente gemeinsam bewegen, wurde ein Null-Objekt verwendet. Die Ebenen wurden dem Null-Objekt übergeordnet, damit ihre Positionen als Gruppe gesteuert werden konnten. Dies erleichterte die Ausrichtung aller Elemente und reduzierte die Anzahl der individuellen Anpassungen.



Abb. 66: After Effects – Null-Objekt

Kleinere Details, wie z. B. Cornells wedelnder Schwanz oder seine Reaktion, als er von der Eichel getroffen wurde, wurden mit dem Marionettenwerkzeug animiert. Durch das Anbringen fester Stifte an Körperteilen wie den Beinen oder dem Torso konnten nur bestimmte Bereiche bewegt werden. Ein Stift wurde animiert, um Bewegung zu erzeugen, ohne dass die Figur verzerrt wurde und die Bewegung natürlicher aussah.

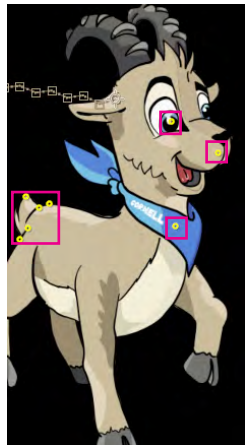


Abb. 67: After Effects – Marionettenwerkzeug

Um das Blinzeln zu animieren wurde eine Vorkomposition erstellt. Es wurden zwei Versionen der Figur verwendet, eine mit offenen Augen und eine mit geschlossenen Augen. Es wurde das Maskenwerkzeug verwendet, um die Augen zu isolieren. Dann wurde die Deckkraftfunktion angewendet, um die Ebene mit den geschlossenen Augen schnell ein- und auszublenden, sodass der Effekt des Blinzeln entstand. Diese Technik wurde sowohl für Cornell als auch für Fritz verwendet.



Abb. 68: After Effects – Maske

Die Textelemente wie Überschriften und beschreibenden Zeilen wurden ebenfalls mit der Positionsfunktion animiert. Sie gleiten mit fließenden Übergängen in den Rahmen hinein und aus ihm heraus. Auch hier wurde die Einstellung Easy Ease verwendet, um harte oder roboterhafte Bewegungen zu vermeiden.

Für das Störer-Element am Ende der Animation wurde die Skalierungsfunktion verwendet, um einen Pop-up-Effekt zu erzeugen. Gleichzeitig wurde die Deckkraft animiert, um den Störer sanft einzublenden und klar und aufmerksamkeitsstark zu machen.

Export und Qualitätssicherung.

Magazin / Comic.

Export:

Als letzter Teil von «R – Realisieren» der IPERKA-Methode wurde der Comic als PDF nach dem Standard PDF/X-4:2010 exportiert, wobei die Kompatibilität mit Acrobat 7 gewählt wurde. Dieser Standard unterstützt Transparenz und hochwertiges Farbmanagement und eignet sich daher gut für die Druckproduktion.

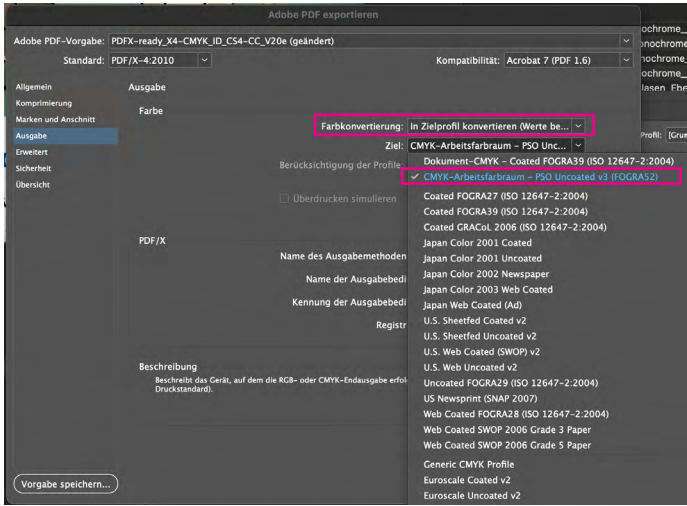
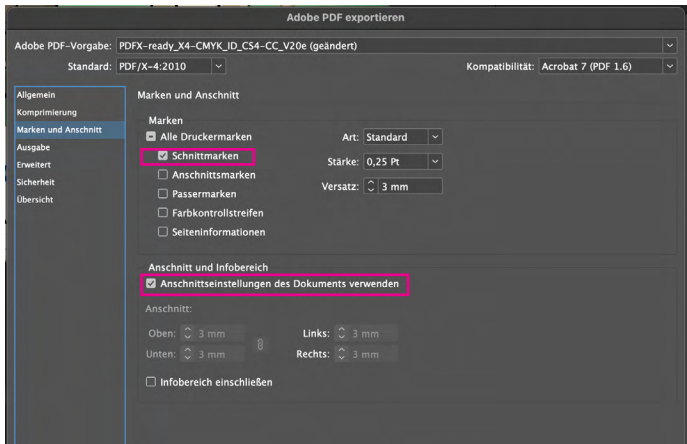
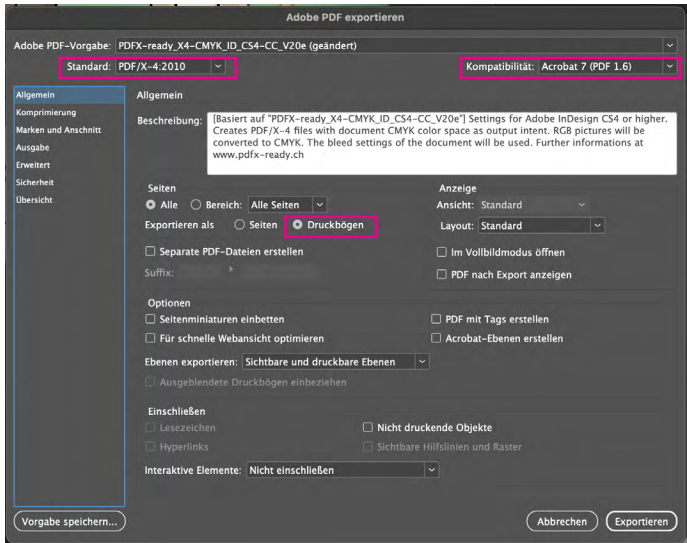


Abb. 69: InDesign – Druck PDF Export

- Druckbögen wurden ausgewählt, um die vollständige Layoutstruktur zu erhalten.
- Unter «Marken und Anschnitt» wurden sowohl Schnittmarken als auch 3 mm Anschnittmarken aus dem Dokument aktiviert.
- Unter «Farbkonvertierung» wurde die Option «In das Zielprofil konvertieren (Zahlen beibehalten)» ausgewählt.
- Das Zielprofil wurde auf «CMYK - PSO Uncoated v3 (FOGRA52)» eingestellt, um den Druckbedingungen und dem Papiertyp (Pure Balance) zu entsprechen.

Qualitätssicherung:

Um sicherzustellen, dass der Comic korrekt für den Druck vorbereitet wurde, und als ein Schritt in der «K – Kontrolle» von IPERKA, wurde das endgültige PDF mit Adobe Acrobat Pro geprüft. Mit dem Preflight-Werkzeug wurde überprüft, ob das Farbprofil und die Exporteinstellungen den erforderlichen Standards entsprechen.

Animationen.

Export:

Die beiden finalen Animationen, eine für die sozialen Medien und eine für die Schaufensterbildschirme, wurden als letzter Schritt in der «R – realisieren»-Phase direkt aus Adobe After Effects gerendert. Da beide Kompositionen bereits zu Beginn mit der richtigen Auflösung und Framerate korrekt eingestellt waren, mussten vor dem Export keine Änderungen vorgenommen werden.

Für beide Versionen wurde das H.264-Format gewählt, wobei das Ausgabemodul mit 15 Mbit pro Sekunde und maximalen Qualitätseinstellungen verwendet wurde. Die Wahl fiel auf dieses Format, weil es ein ausgewogenes Verhältnis zwischen hoher Videoqualität und überschaubarer Dateigröße bietet. Es ermöglicht eine reibungslose Wiedergabe auf mobilen Geräten sowie auf digitalen Bildschirmen in den Filialen, ohne sichtbare Qualitätsverluste.

Der Speicherort wurde im Voraus festgelegt, und beide Videos wurden direkt im Hauptordner «Animation» unter «Export» gespeichert. Auf diese Weise waren die Dateien gut auffindbar und bereit für die finale Auslieferung.

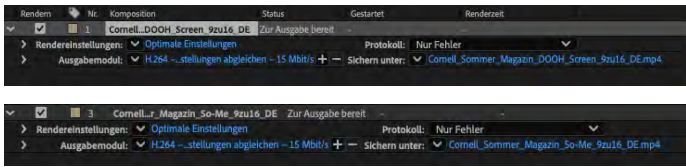


Abb. 72: After Effects – Render und Export

Die Prüfung erfolgte mit dem [Preflight-Profil PDFX-Ready](#), das in professionellen Druck-Workflows üblicherweise verwendet wird. Die in das Magazin-Layout integrierte Comic-Datei wurde mit diesem Profil getestet und bestand die Prüfung ohne Fehler.

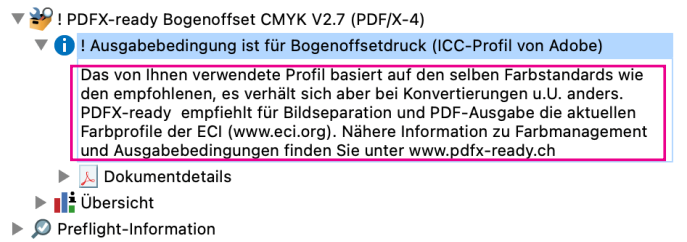


Abb. 70: Adobe Acrobat – Preflight Check

In einem weiteren Schritt wurde die Funktion „Ausgabevorschau“ in Acrobat verwendet. Unter dem Abschnitt Simulationsprofil wurde der angewandte Farbstandard «PSO Uncoated v3» bestätigt, was den internen Druckspezifikationen entspricht. Durch diese zweite Bestätigung wurde sichergestellt, dass die Datei vollständig druckfertig ist und dem erforderlichen Farbstandard entspricht.

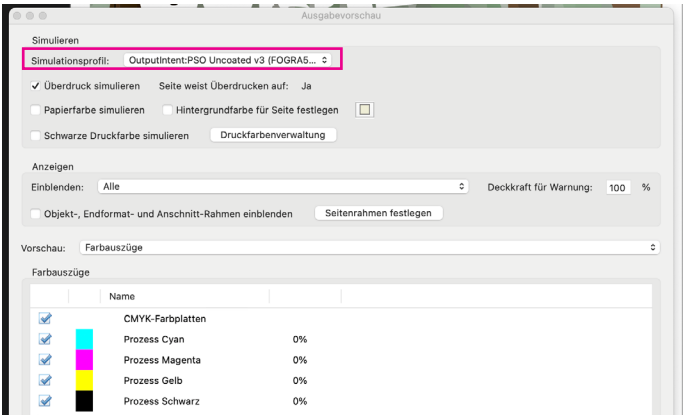


Abb. 71: Adobe Acrobat – Ausgabevorschau

Qualitätssicherung:

Um sicherzustellen, dass die endgültigen Animationen alle technischen und visuellen Standards erfüllen, wurden während und nach dem Exportprozess mehrere Kontrollen durchgeführt, die mit der «K – Kontrollieren»-Phase von IPERKA verbunden sind.

Während dem Rendern wurde die Framerate jeder Komposition kurz überprüft, um zu bestätigen, dass die Einstellungen mit dem beabsichtigten Ausgabeformat übereinstimmen (30 Frames pro Sekunde für die sozialen Medien und 25 Frames pro Sekunde für die Schaufenster-Screens).



Abb. 73: After Effects – Framerate Check

Nach dem Export wurden die .mp4-Dateien mit der rechten Maustaste angeklickt und unter «Informationen» überprüft, um wichtige Details wie Format, Codec, Farbprofil und Dauer zu überprüfen. Auf diese Weise konnte schnell bestätigt werden, dass der Export den erforderlichen Spezifikationen entsprach.

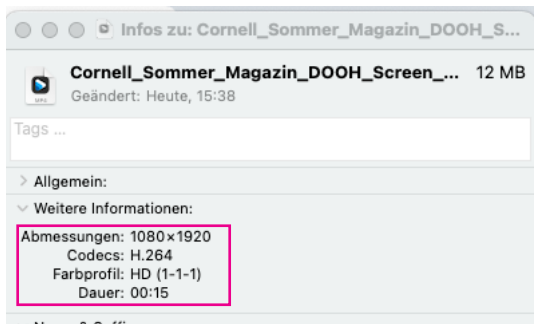


Abb. 74: Weitere Informationen zu mp4-Datei

Als abschliessende Prüfung wurde für beide Ausgaben ein Praxistest durchgeführt. Die Version des Schaufenster-Screens wurde mit MagicInfo hochgeladen, der Software, die bei der GKB intern zur Verwaltung der digitalen Screens in den Filialen verwendet wird. Die Animation wurde auf dem Testbildschirm in der Marketingabteilung gesichtet. So konnten Farbdarstellung, Bewegungsfluss, Framerate und Gesamtdauer in einer realistischen Abspielumgebung überprüft werden.

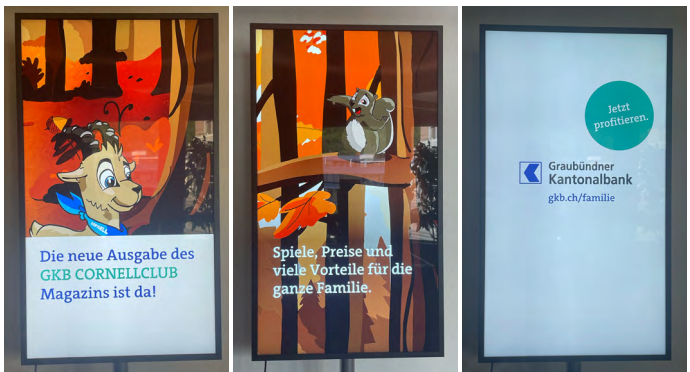


Abb. 75: MagicInfo – Praxistest

Ein ähnlicher Test wurde für die Social-Media-Version durchgeführt. Eine Teststory wurde mit einer privaten Vorschau auf Instagram hochgeladen, ohne sie zu veröffentlichen. Auf diese Weise konnte bestätigt werden, dass die Animation auf mobilen Geräten und innerhalb des Formats der Plattform korrekt funktioniert.

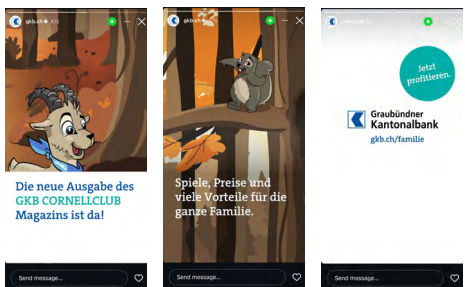


Abb. 76: Instagram – Praxistest

Test und Feedback.

Test mit Kinder-Testgruppen.

Im Rahmen der IPERKA-Projektphase «K – Kontrollieren» wurde die Entwurfsversion des Cornell-Comics einschliesslich des integrierten Rätsels mit Kindern aus der Zielgruppe getestet. Aufgrund zeitlicher Einschränkungen während der Frühlingsferien war ein persönlicher Test nicht möglich. Daher wurde ein Ferntest gewählt.

Der Comic wurde digital an zwei Elternpaare verschickt, deren Kinder dem Test zugestimmt hatten. Diese alternative Methode ermöglichte es, den Test in einer für die Kinder vertrauten Umgebung durchzuführen, wodurch Nervosität oder schüchternes Verhalten, die in einem formellen Rahmen wie den Büros der GKB auftreten könnten, vermieden wurden. Ausserdem konnten die Kinder so den Comic ganz natürlich erleben, so wie sie es auch zu Hause tun würden.

Um authentische Reaktionen zu erfassen, wurden die Eltern angewiesen, ihre Kinder beim Lesen oder Zuhören der Geschichte zu filmen, ohne zu verraten, dass ihre Reaktionen ausgewertet werden. Kinder, die bereits lesen konnten, wurden gebeten, selbständig zu lesen. Diejenigen, die noch nicht lesen konnten, wurden von einem Elternteil unterstützt. Alle Kinder wurden gebeten, das im Comic enthaltene Rätsel zu lösen.

Die Erfassung der Feedbacks war mit einfachen Folgefragen strukturiert, sowohl für die Kinder als auch für ihre Eltern. Bei den Kindern konzentrierten sich die Fragen auf das inhaltliche Verständnis, den Lernerfolg, die Freude am Rätsel und die Attraktivität des Preises. Die Eltern wurden nach ihrer Meinung zur Angemessenheit der Sprache und nach Verbesserungsvorschlä-

gen gefragt.

Für die Eltern wurde ein Briefing geschrieben, damit sie den Test Schritt für Schritt verfolgen können. Dieses wurde jedem Elternteil per E-Mail mit dem Comic als Anhang zugeschickt. (Die E-Mail befindet sich in den Anhängen der Dokumentation.)

Diese Methode wurde gewählt, um ein ehrliches, altersgerechtes Feedback zu gewährleisten und gleichzeitig den Komfort der Testteilnehmer zu respektieren. Sie bot ausserdem Zeitersparnis und Flexibilität, sowohl für die Kinder als auch für den Zeitplan des Projekts.

Feedbackgespräch mit Stakeholder.

Ein Entwurf des Comics wurde den Ansprechpersonen vor dem geplanten Treffen zur Verfügung gestellt. So blieb genügend Zeit für eine detaillierte Überprüfung vor der Besprechung.

Während des Feedback-Gesprächs wurde jede Szene einzeln durchgesehen, so dass die Beteiligten konkrete Vorschläge für Korrekturen, visuelle Anpassungen oder Verbesserungen des Layouts machen konnten. Alle Kommentare und Vorschläge wurden sorgfältig notiert, damit sie bei der Überarbeitung und Fertigstellung des Comics berücksichtigt werden konnten. So wurde sichergestellt, dass keine Details vergessen gehen und die endgültige Version den Erwartungen entspricht.

Die korrigierte, finale Version wurde den Stakeholdern noch einmal gezeigt, um die letzte Genehmigung vor dem Druck zu erhalten.

Korrekturen und Anpassungen aufgrund von Testergebnissen und Feedbacks.

Als «A – Auswerten»-Schritt von IPERKA wurden nach dem Feedbacks der Stakeholder und der Testgruppe mehrere gezielte Anpassungen vorgenommen, um die visuelle Klarheit, den Realismus und die Benutzererfahrung des Comics zu verbessern. Diese Änderungen wurden in der abschliessenden Illustrations- und Layoutphase vorgenommen.

Wettbewerb:

Die versteckten Münzen wurden mit einer klareren Textur versehen, damit sie im Comic leichter zu finden sind. Der Wettbewerbstext wurde der besseren Verständlichkeit halber geändert und gekürzt.

Szene 1:

Der Schatten der Figur wurde korrigiert, damit er besser zur Richtung der Lichtquelle passt.

Szene 2:

Die Bewegungslinien der fallenden Eichel wurden besser sichtbar gemacht, und in Cornells Gesicht wurden Aufpralllinien hinzugefügt, um den Moment des Kontakts hervorzuheben.

Szene 3:

Der Schatten auf dem Boden wurde korrigiert, dem Ast wurde eine Textur hinzugefügt und die Beleuchtung und die Schatten von Fritz wurden angepasst, um die Konsistenz zu gewährleisten. Zusätzliche Schatten wurden den Objekten auf dem Boden hinzugefügt.

Szene 4:

Der Baum im Hintergrund wurde «gesäubert», Schatten wurden unter Bodenelementen hinzugefügt, die Schatten der Charaktere wurden verbessert, und die Bewegungslinien von der Eichel führen nun bis zu Fritz. Das Loch im Baum wurde nach unten verschoben, um besser mit dem Ast übereinzustimmen.

Szene 6:

Es wurden mehr Blätter vor dem Haufen mit gerechtem Laub platziert, um Tiefe zu erzeugen. Die Kleidung der Hintergrundfigur wurde entfernt, und der Rechen in der Ferne wurde verkleinert, damit er realistischer wirkt.

Szene 7:

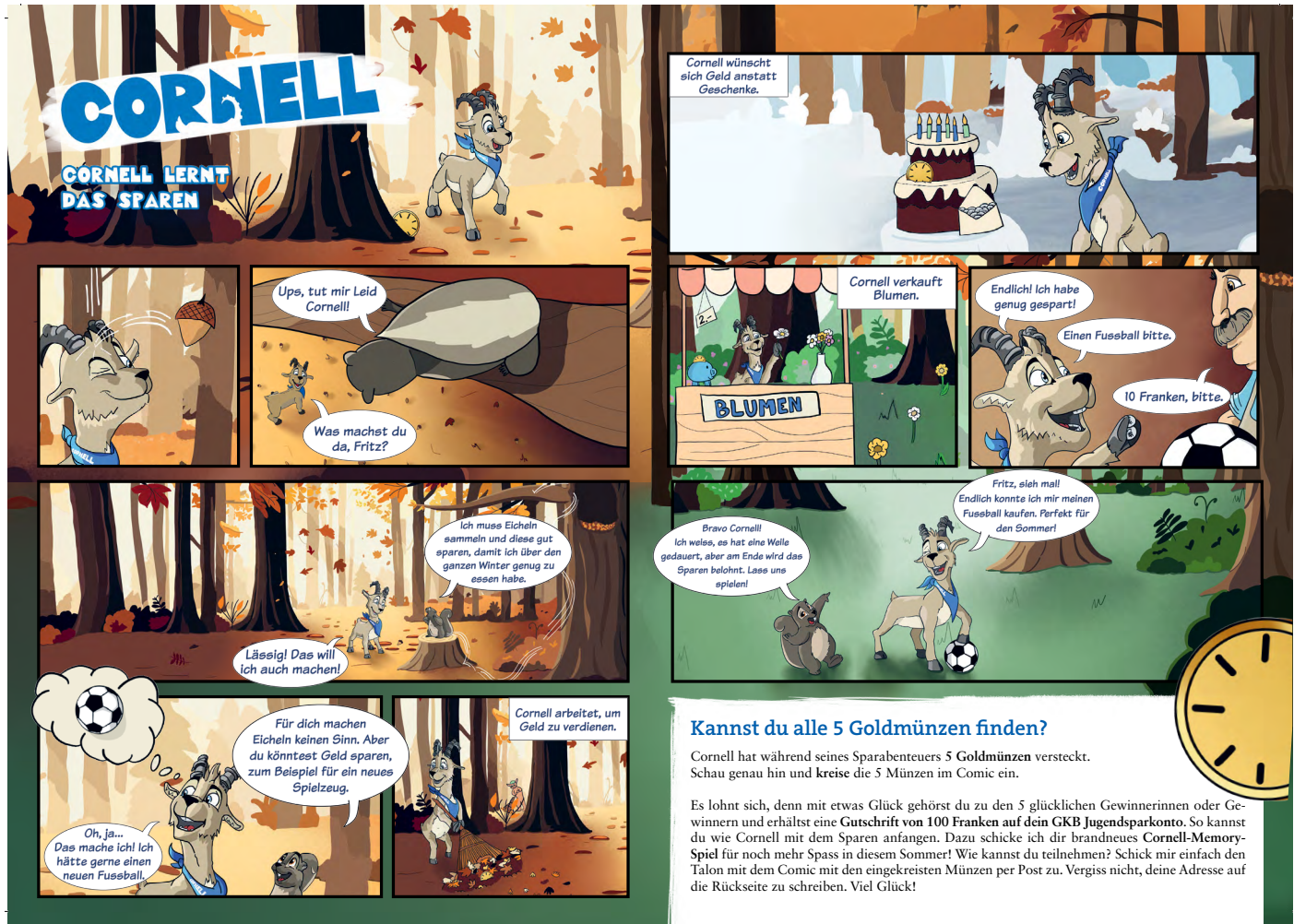
Die Farbe von Cornells Augenlid wurde korrigiert, um sich dem Farbton seines Fells anzupassen.

Szene 10:

Zwischen Cornell und Fritz wurde mehr Platz eingefügt, um die Komposition und die Klarheit zu verbessern. Die Schatten wurden bei beiden Figuren angepasst.

Sprechblasen:

Sprechblasen mit mehr Text wurden vergrössert, um die Lesbarkeit zu verbessern, insbesondere für Kinder.



Zielgruppenanalyse.

Um festzustellen, ob der Comic seine Zielgruppe tatsächlich erreicht, wurde ein Produkttest mit einer kleinen Testgruppe durchgeführt. Die Testgruppe bestand aus vier Kindern im Alter von 4 bis 9 Jahren und ihren Eltern. Die Kinder konnten den Comic entweder selbst lesen oder bekamen ihn von einem Elternteil vorgelesen, je nach ihrem Lesestand. Die Reaktionen wurden per Video aufgezeichnet, und es wurden Folgefragen gestellt, um ein detaillierteres Feedback zu erhalten.

Als Ergebnis des «A - Auswerten» nach IPERKA wird eine Zielgruppenanalyse durchgeführt

Allgemeine Beobachtungen.

Alle vier Kinder blieben beim Lesen oder Vorlesen konzentriert, lächelten und lachten in wichtigen Momenten und waren besonders während des Rätselteils engagiert. Die gesamte emotionale Reaktion war positiv und spielerisch, was darauf hindeutet, dass der Ton und das Tempo gut für die Altersgruppe geeignet sind.

Reaktionen – Testgruppe 1:



Abb. 78: Reaktionen – Testgruppe 1, Kind 1 (Alter: 9)

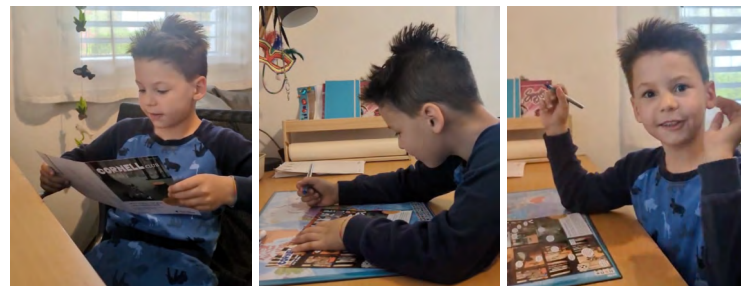


Abb. 79: Reaktionen – Testgruppe 1, Kind 2 (Alter: 7)

Reaktionen – Testgruppe 2:



Abb. 80: Reaktionen – Testgruppe 2, Kind 1 (Alter: 4) + Kind 2 (Alter: 6)

Ergebnisse.

Um besser zu verstehen, wie der Comic von den Testpersonen aufgenommen wurde, wurden sowohl den Kindern als auch ihren Eltern nach dem Lesen oder Hören der Geschichte die folgenden Fragen gestellt. Hier sind die Ergebnisse aufgeführt.

Worum ging es in dem Comic?

Alle vier Kinder verstanden die Kernbotschaft und fassten sie so zusammen, dass es um Geld und das Sparen lernen ging.

Was hast du aus der Geschichte gelernt?

Die Antworten zeigten, dass die Botschaft klar vermittelt wurde. Zwei Kinder erwähnten, dass Sparen zwar Zeit kostet, sich aber lohnt, und dass es sich besser anfühlt, etwas mit gespartem Geld zu kaufen.

Hat es dir Spass gemacht, das Rätsel zu lösen?

Alle vier Kinder antworteten mit «Ja».

Würdest du dich über den Preis freuen?

Auch hier antworteten alle vier mit «Ja», was zeigt, dass sowohl das Sparkonto als auch das Memory-Spiel als motivierend empfunden wurden.

Sieht Cornell aus wie in anderen Comics?

Alle vier Kinder bejahten diese Frage, was darauf hindeutet, dass der Stil nahe genug am Original ist, um den Wiedererkennungswert zu erhalten.

War der Text leicht zu lesen und zu verstehen?

Von den beiden Kindern, die selbständig lasen, sagte eines ja, während das andere vorschlug, dass die Sprechblasen mit mehr Text etwas grösser gemacht werden sollten, um das Lesen zu erleichtern.

Sind die Sprache und die Geschichte altersgerecht?

Beide Elternteile haben mit «Ja» geantwortet.

Fühlst du dich wohl, wenn du dein Kind diesen Comic lesen lässt?

Beide Elternteile bejahten und bestätigten, dass die Geschichte sicher, klar und familienfreundlich ist.

Fazit.

Das Feedback der Testgruppe bestätigte, dass der Co-

mic von der definierten Zielgruppe gut aufgenommen wurde. Durch Videobeobachtung und strukturierte Fragen konnte gezeigt werden, dass die Kinder die Handlung verstanden haben, durchgehend engagiert waren und sowohl auf die Figuren als auch auf das interaktive Rätsel positiv reagierten. Die Botschaft des langfristigen Sparens wurde nicht nur verstanden, sondern konnte auch in eigenen Worten wiedergegeben werden, was zeigt, dass das beabsichtigte Lernergebnis erfolgreich vermittelt wurde.

Der Prozess ermöglichte realistische und ehrliche Reaktionen, da die Kinder in einer vertrauten Umgebung beobachtet wurden, ohne dass sie sich unter Druck gesetzt fühlten, sich auf eine bestimmte Weise zu verhalten. Dieser Ansatz trug dazu bei, den Druck zu verringern, und machte ihre Antworten authentischer.

Kleinere Verbesserungen wurden festgestellt, insbesondere in Bezug auf die Textgrösse in Sprechblasen mit längeren Sätzen. Dies wurde sofort übernommen und verbesserte die allgemeine Lesbarkeit für Lesanfänger.

Um die Genauigkeit und Zuverlässigkeit der Analyse weiter zu verbessern, wäre es von Vorteil, diesen Test mit einer grösseren und vielfältigeren Gruppe von Kindern zu wiederholen. Dies würde dazu beitragen, ein breiteres Spektrum an Lesestufen, Aufmerksamkeitsspannen und Vorlieben zu erfassen, was zu noch fundierteren Anpassungen bei künftigen Comic-Produktionen führen würde.

Insgesamt bestätigte der Test, dass das Produkt altersgerecht, visuell ansprechend und pädagogisch wertvoll für die Zielgruppe ist.

Persönliches Fazit.

Als letzte Phase der IPERKA-Methode konzentriert sich «A – Auswerten» darauf, zu überprüfen, ob die Projektziele erreicht wurden, wie die Zielgruppe reagiert hat und was in Zukunft verbessert werden könnte.

Rückblickend auf dieses Projekt kann ich sagen, dass der fertige Comic alle in der Konzeptphase definierten Ziele erfolgreich erfüllt hat. Es wurde ein kompletter, vollständig illustrierter Comic erstellt und als Doppelseite formatiert, der sich an der Struktur und den Anforderungen des Cornellclub-Magazins orientiert. Das Layout, der Zeichenstil, die Typografie und der Inhalt wurden an das Format angepasst, um die Konsistenz mit früheren Publikationen zu wahren.

Eines der wichtigsten Ziele war es, den Wiedererkennungswert von Cornell zu erhalten. Obwohl ich einen etwas anderen Zeichenstil als bei den ursprünglichen Comics verwendete, hielt ich mich an die offiziellen Gestaltungsrichtlinien und behielt die Kernelemente bei. Die Interessenvertreter bestätigten, dass der Comic visuell den Erwartungen entspricht, und während unserer Feedback-Sitzung wurden weitere Vorschläge gemacht. Dazu gehörten Korrekturen an Schatten, Bewegungslinien, Objektskalierung und Umgebungsdetails. Ich habe alle Punkte berücksichtigt und in die endgültige Version integriert, um die visuelle Qualität und die Gesamtdarstellung zu verbessern.

Der Comic enthält auch ein interaktives Rätsel, bei dem die Leser aufgefordert werden, in den Szenen nach fünf versteckten Münzen zu suchen. Dies fügte ein spielerisches und fesselndes Element hinzu, das direkt mit dem Thema der Geschichte, dem Sparen, zusammenhängt. Um den Comic bei Familien und Eltern bekannt zu machen, habe ich eine kurze, ani-

mierte Instagram-Story und eine DOOH-Version für die Schaufenster in den Filialen produziert. Diese folgen dem visuellen Stil der Marke GKB und heben die wichtigsten Vorteile auf kurze und verständliche Weise hervor.

Die Testgruppe der Kinder gab ein sehr positives Feedback. Sie verfolgten die Geschichte mit Interesse, hatten Spass am Comic und am Rätsel und verstanden die Botschaft des Sparens sehr gut. Ihre Reaktionen bestätigten, dass der Comic das Zielpublikum gut anspricht. Hilfreiche Feedback, wie die Vergrösserung der Sprechblasen habe ich umgesetzt, um die Lesbarkeit für Kinder zu verbessern. Zusammen mit den detaillierten Beiträgen der Stakeholder trugen diese Änderungen dazu bei, die endgültige Version zu verfeinern. Ich konnte dadurch sicherstellen, dass sowohl Qualität als auch Benutzerfreundlichkeit stimmen.

Eine meiner grössten Herausforderungen war das Management von Licht, Schatten und Perspektive im gesamten Comic. Da die meisten Szenen einen grossen Hintergrund haben, war es wichtig, die Beleuchtungsrichtung konsistent zu halten. Das war nicht immer einfach, vor allem, wenn ich die Figuren in verschiedenen Positionen platzieren und schattieren musste. Ich bezog mich bei diesen Arbeiten auf ältere Cornell-Comics und verwendete das Realtime-Tool von Krea.ai, um die Positionierung zu simulieren. Das Ergebnis ist zwar nicht perfekt, aber klar und zusammenhängend genug, sodass die Kinder die Szenen verstehen und die Geschichte geniessen konnten.

Schlussendlich konnte ich bei diesem Projekt Story-telling, Illustration, Animation, Layout und Design in ein zusammenhängendes Produkt vereinen.

Teil 3

Dabei half es mir, die Arbeit mit dem Feedback von Fachleuten und Nutzern zu testen und visuelle und strukturelle Details auf der Grundlage echter Reaktionen zu verfeinern. Für künftige Projekte würde ich in der Anfangsphase mehr Zeit für die visuelle Feinabstimmung einplanen und eine etwas grössere Testgruppe einbeziehen, um einen breiteren Input zu erhalten. Dennoch bin ich mit dem Endergebnis sehr zufrieden. Es ist ein spielerisches, sinnvolles und abgerundetes Produkt, auf das ich stolz bin.

KI Reflexion.

KI-Tools spielten bei der Erstellung dieses Comics eine unterstützende Rolle, insbesondere in den frühen Phasen der visuellen Planung und des Layouts. Eines der wichtigsten verwendeten Tools war Krea.ai, das bei der Generierung von Hintergrundinspirationen half und während des Ideenfindungsprozesses schnelle visuelle Beispiele lieferte. Der Herbstwald-Hintergrund basierte beispielsweise lose auf einem in Krea.ai generierten Bild. Dies erleichterte die Entscheidung über passende Perspektiven, die Komposition der Szene und die für die Zielgruppe geeigneten Farbtöne.

Außerdem wurde in der Layoutphase das generative Füllwerkzeug von Photoshop verwendet, um Hintergrundbereiche über die ursprüngliche Illustration hinaus zu erweitern. Dies war besonders hilfreich, wenn Szenen mehr visuelle Breite oder Höhe brauchten, ohne dass ganze neue Abschnitte gezeichnet werden mussten. Die KI-basierte Füllung ermöglichte eine schnelle und natürliche Erweiterung der Hintergründe, wodurch die Übergänge zwischen den Szenen fließender wurden und der Gesamtstil des Comics erhalten blieb. Beide Werkzeuge sparten Zeit und boten kreative An-

satzpunkte, vor allem in Momenten, in denen eine visuelle Richtung oder Raum benötigt wurde. Ihre Verwendung war jedoch auch mit Einschränkungen verbunden. KI-generierte Inhalte konnten nicht direkt verwendet werden. Stattdessen dienten sie als Inspiration oder Unterstützung, und alle Ergebnisse mussten manuell verfeinert werden, um dem Stil, dem Ton und der charakterlichen Konsistenz der Marke Cornell zu entsprechen. Damit war KI zwar hilfreich, aber kein Ersatz für künstlerischen oder technischen Input.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass KI-Tools wie Krea.ai und die generative Füllung von Photoshop zu einem schnelleren, effizienteren Workflow beigetragen haben und für die visuelle Planung wertvoll waren. Gleichzeitig blieb ihre Rolle unterstützend, denn kreatives Urteilsvermögen und manuelle Designarbeit waren nach wie vor unerlässlich, um ein angemessenes und markenkonformes Endprodukt zu entwickeln.

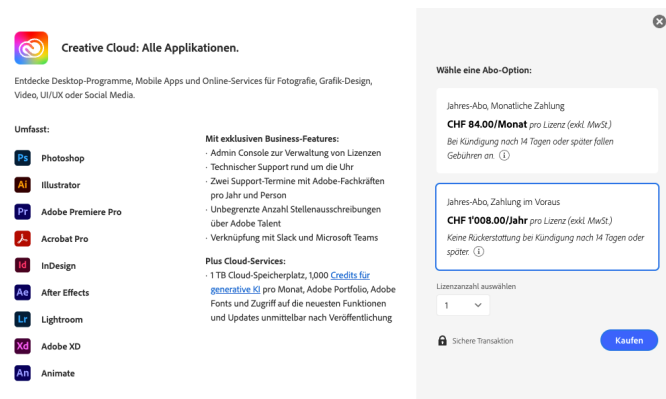
Rechtliche Rahmenbedingungen.

Lizenzen.

Adobe Creative Cloud – Jahres-Abo:

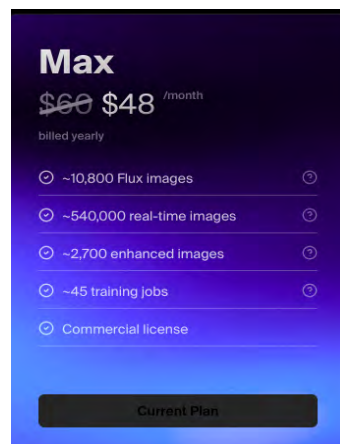
Jeder Mitarbeiter im GKB Kreationsteam erhält das Creative Cloud-Jahresabo mit allen Applikationen. Dies kostet rund CHF 1000.- pro Jahr, pro Lizenz.

www.adobe.com/ch_de/creativecloud/plans



Krea.ai (KI) – Jahres-Abo:

Das Produktionsteam der Abteilung Marketing und Kommunikation der GKB, insgesamt 5 Personen, haben Zugang zum Krea.ai Max Abonnement. Dieses wird jährlich mit einem Gesamtbetrag von rund CHF 580.- bezahlt. www.krea.ai/pricing



GKB Schrift – «TheSerifC5 - Semibold»:

Dies ist die offizielle Schrift der GKB. Wird für Titel, Überschriften und andere wichtige Hauptinformationen verwendet. Diese Schrift wurde 2018 von der LucasFonts GmbH für Nutzungsrechte erworben. Die Lizenz ist im Anhang beigelegt.

GKB Schrift – «Sabon»:

Dies ist eine weitere offizielle Schriftart der GKB. Sie umfasst die Schriftarten Roman, Italic, Bold und Bold-Italic. Sie wird heute speziell für Lauftexte und allgemeine inhaltliche Informationen verwendet. Diese Schrift wurde im Jahr 2001 von der Linotype Library GmbH für Nutzungsrechte erworben. Die Lizenz ist im Anhang beigelegt.

GKB Cornell Schrift – «Cornell_Schrift»:

Diese Schriftart wurde im Jahr 2016 speziell für Cornellini-Comic von Mathias Durisch als opentype erstellt. Es gibt keine Lizenz, aber die Rechte werden genauso behandelt wie die Nutzungsrechte von der Cornell-Charakter.

GKB Cornell Schrift – «Komika»:

Diese Schriftart wurde in dem Cornell-Comic «Cornellini» verwendet, speziell für die Sprechblasen. Diese Schriftart ist Freeware und kann in jedem Kontext ohne Genehmigung von Apostrophic Laboratories verwendet werden. «Read Me» ist als Anhang beigelegt.

Urheber- / Nutzungsrechte.

Cornell Charakter:

Das Cornell-Maskottchen, das heute in Comics, Magazinen und anderen Designs verwendet wird, wurde 2015 von Mathias Durisch entworfen/illustriert. Da das Cornell-Design von ihm entworfen wurde, hat er das Copyright. Die Design- und Nutzungsrechte wurden direkt an die GKB übertragen. Das Angebot für die Designrechte ist beigelegt.



Eigenständigkeitserklärung.

Chur, 01. Mai 2025

Die Arbeit wurde selbständig verfasst. Es wurden ausschliesslich die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet.

L. Steinlin

Lara Steinlin

Quellenverzeichnis.

Projektmanagementmethode IPERKA, Seiten 6 - 7
ICT Berufsbildung Bern (2017): Die 6-Schrittmethode IPERKA. https://www.ict-berufsbildung-bern.ch/re-sources/lperka_OdA_200617.pdf 15.04.2025

Cornell Styleguide, Seite 29
Graubündner Kantonalbank - Frontify (2025): GKB Cornell Marke. <https://marke.gkb.ch/document/45#/design/gkb-cornell> 15.04.2025

Zielgruppendefinition, Seite 26
Finom Blog (2025): Zielgruppe - Bedeutung und praktische Vorgehensweisen im Marketing. <https://finom.co/de-de/blog/zielgruppe/> 16.04.2025

Stil des Comics, Seite 38
Graphixly (2020): Creating Flat Colors for Comics and Illustrations. <https://graphixly.com/blogs/news/creating-flat-colors-for-comics-and-illustrations> 16.04.2025

Stil der Comic, Seite 38
Wayline (2023): Cel Shading - A comprehensive Expert Guide. <https://www.wayline.io/blog/cel-shading-a-comprehensive-expert-guide> 17.04.2025

Farbe – Design, Seiten 46 - 47
Adobe: Erstellen schöner Paletten mit Adobe Color. <https://color.adobe.com/de/> 23.04.2025

Comic / Magazin – Export und Qualitätssicherung, Seiten 58 - 59
PDFX-Ready (2018): Prüf-Profile für Druckvorlagen. https://www.pdfx-ready.ch/preflight_v27-17/ 25.04.2025

Zielgruppenanalyse, Seiten 64 - 65
Meltwater (2024): Zielgruppenanalyse - In 11 Schritten deine Zielgruppe definieren. <https://www.meltwater.com/de/blog/zielgruppenanalyse> 29.04.2025

GKB Corporate Design, Allgemein
Graubündner Kantonalbank - Frontify (2025): Corporate Identity und Design. <https://marke.gkb.ch> 15.04. – 01.05.2025

Abbildungsverzeichnis.

Abbildung 1: Tage, an denen an der Facharbeit gearbeitet wird - PkOrg Screenshot von Lara Steinlin	05	Abbildung 11: GKB Cornell – Vorlage von Frontify Styleguide Screenshot von Lara Steinlin	29
Abbildung 2: GKB Cornell Magazin Herbst / Winter 2024 + Cornellini-Büchlein - Beispiel von letztes Projekt Screenshot von Lara Steinlin	05	Abbildung 12: GKB Cornell Schriftzug Vorlage der Graubündner Kantonalbank	29
Abbildung 3: GKB Cornell – Charakter Vorlage Vorlage der Graubündner Kantonalbank	05	Abbildung 13: Erste Mind Map – Kernthema + thematische Richtungen Foto von Lara Steinlin	30
Abbildung 4: grafische Darstellung der IPER-KA-Methode Grafik von Lara Steinlin	06 07	Abbildung 14: Erste Mind Map – Beispiele Story-plots + Rätsel Foto von Lara Steinlin	30
Abbildung 5: Ordnerstruktur Nextcloud Grafik von Lara Steinlin	10	Abbildung 15: Zweite Mind Map – Beispiele Szene + Handlungen Foto von Lara Steinlin	31
Abbildung 6: Soll-Zeitplan Grafik von Lara Steinlin	11	Abbildung 16: Dialog mit Korrekturen Screenshot von Lara Steinlin	31
Abbildung 7: Ist-Zeitplan Grafik von Lara Steinlin	13	Abbildung 17: Storyboard – Entwurf 1 Foto von Lara Steinlin	33
Abbildung 8: Beispiele von frühere Cornellinis Screenshots von Lara Steinlin	25	Abbildung 18: Storyboard – Entwurf 2 Foto von Lara Steinlin	33
Abbildung 9: Zielgruppe Kinder Persona Screenshot (aus GKB New-Work Video) von Lara Steinlin	27	Abbildung 19: Final Storyboard – Teil 1 Screenshot von Lara Steinlin	34
Abbildung 10: Zielgruppe Eltern Persona Screenshot (aus GKB New-Work Video) von Lara Steinlin	28	Abbildung 20: Final Storyboard – Teil 2 Screenshot von Lara Steinlin	34
		Abbildung 21: Adobe Fresco Programm Icon PNG von Adobe	36

Abbildung 22: Adobe Fresco – vektorbasiert Arbeitsbereich Screenshot von Lara Steinlin	36	Abbildung 26: Krea.ai – Hintergrundbild Screenshot von Lara Steinlin	39
Abbildung 22: Adobe Fresco – vektorbasiert Arbeitsbereich Screenshot von Lara Steinlin	36	Abbildung 27: Hintergrund Varianten – Winter, Frühling, Sommer Screenshots von Lara Steinlin	40
Abbildung 23.1: Adobe Fresco – Skizzenebene, Szene 1 Screenshot von Lara Steinlin	36	Abbildung 28: Cornell Comic – Szene 1 Illustration von Lara Steinlin	40
Abbildung 23.2: Adobe Fresco – Konturebene, Szene 1 Screenshot von Lara Steinlin	37	Abbildung 29: Cornell Comic – Szene 2 Illustration von Lara Steinlin	40
Abbildung 23.3: Adobe Fresco – Farbebene, Szene 1 Screenshot von Lara Steinlin	37	Abbildung 30: Cornell Comic – Szene 3 Illustration von Lara Steinlin	41
Abbildung 23.4: Adobe Fresco – Schattierungseben, Szene 1 Screenshot von Lara Steinlin	37	Abbildung 31: Cornell Comic – Szene 4 Illustration von Lara Steinlin	41
Abbildung 24: Flat-colored Line Art + Cel-Shading – Beispiel, Szene 2 Screenshots von Lara Steinlin	38	Abbildung 32: Cornell Comic – Szene 5 Illustration von Lara Steinlin	41
Abbildung 25.1: Cornell Comic Hintergrund + Szenen Beispiele Screenshots von Lara Steinlin	39	Abbildung 33: Cornell Comic – Szene 6 Illustration von Lara Steinlin	42
Abbildung 25.2: Zusätzliche Details im Hintergrundbild Screenshots von Lara Steinlin	39	Abbildung 34: Cornell Comic – Szene 7 Illustration von Lara Steinlin	42
		Abbildung 35: Cornell Comic – Szene 8 Illustration von Lara Steinlin	42
		Abbildung 36: Cornell Comic – Szene 9 Illustration von Lara Steinlin	43
		Abbildung 37: Cornell Comic – Szene 10 Illustration von Lara Steinlin	43

Abbildung 38: Hintergrund Licht und Schatten Richtung	44	Screenshots von Lara Steinlin	
Grafik von Lara Steinlin		Abbildung 48: Monochrom Farben – Sommer	47
		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 39: Charakter (Szene 5) Licht und Schatten Richtung	44	Abbildung 49: Adobe Photoshop – Sprechblasen Text Ebene	49
Grafik von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 40: Cornell Halstuch Styleguide – Frontify	45	Abbildung 50: Adobe Photoshop – Sprechblasen Beispiel	49
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 41: Cornell Vergleich	45	Abbildung 51: Adobe InDesign – Storyboard als Vorlage	50
Vorlage von GKB und Illustration von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 42: Munggi und Fritz Vergleich	46	Abbildung 52: Adobe InDesign – Rechteckrahmen gemäss Vorlage	50
Illustration von Mathias Durisch und von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 43: Bauern und Ladenbesitzer Vergleich	46	Abbildung 53: Adobe Photoshop – Generative Füllung	50
Illustration von Mathias Durisch und von Lara Steinlin		Screenshots von Lara Steinlin	
Abbildung 44: Analoge Farben (Rot, Orange, Gelb) – Adobe Color	46	Abbildung 54: Adobe InDesign – Final Comic Layout	51
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 45: Monochrom Farben – Herbst	47	Abbildung 55: Adobe InDesign – Seiten verschieben	52
Screenshots von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 46: Monochrom Farben – Winter	47	Abbildung 56: Adobe InDesign – Neu Cover	52
Screenshots von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 47: Monochrom Farben – Frühling	47		

Abbildung 57: Adobe InDesign – Farbeinstellung	52	werkzeug	
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 58: Adobe InDesign – Anschnitt	53	Abbildung 68: After Effects – Maske	57
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 59: Probe-Druck	53	Abbildung 69: InDesign – Druck PDF Export	58
Fotos von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 60: Animation Skizze	54	Abbildung 70: Adobe Acrobat – Preflight Check	59
Foto von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 61: After Effects – Ordnerstruktur	55	Abbildung 71: Adobe Acrobat – Ausgabevorschau	59
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 62: After Effects – Kompositionseinstellung für Social Media	56	Abbildung 72: After Effects – Render und Export	59
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 63: After Effects – Kompositionseinstellung für DOOH	56	Abbildung 73: After Effects – Framerate Check	60
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 64: After Effects – Position-Funktion	56	Abbildung 74: After Effects – Weitere Informationen zu mp4-Datei	60
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshot von Lara Steinlin	
Abbildung 65: After Effects – Keyframe-Assistenten	56	Abbildung 75: MagicInfo – Praxistest	60
Screenshot von Lara Steinlin		Fotos von Lara Steinlin	
Abbildung 66: After Effects – Null-Objekt	57	Abbildung 76: Instagram – Praxistest	60
Screenshot von Lara Steinlin		Screenshots von Lara Steinlin	
Abbildung 67: After Effects – Marrionetten-	57		

Abbildung 77: InDesign – korrigierter finaler Comic Screenshots von Lara Steinlin	63
Abbildung 78: Reaktionen – Testgruppe 1, Kind 1 (Alter: 9) Screenshots von Lara Steinlin	64
Abbildung 79: Reaktionen – Testgruppe 1, Kind 2 (Alter: 7) Screenshots von Lara Steinlin	64
Abbildung 78: Reaktionen – Testgruppe 2, Kind 1 (Alter: 4) + Kind 2 (Alter: 6) Screenshots von Lara Steinlin	64

Glossar.

2D Abkürzung für zweidimensional. Es handelt sich um eine flache Zeichnung oder Animation ohne Tiefe.	DOOH Steht für «Digital Out Of Home». Bildschirme und Displays, die in öffentlichen Räumen verwendet werden. Auch bekannt als Schaufenster-Screen.
A5-Format Ein Papierformat von 148 × 210 mm, das häufig für kleine Drucklayouts verwendet wird.	Farbpalette Eine ausgewählte Gruppe von Farben, die zusammen in einem Design verwendet werden.
Analoge Farben Farben, die auf dem Farbkreis nebeneinander liegen und harmonisch wirken.	Frames pro Sekunde (fps) / Framerate Die Anzahl der Bilder (Frames), die pro Sekunde in einem Video gezeigt werden.
Briefing Ein kurze Besprechung oder Erklärung, die die Projektaufgabe und -ziele festgelegt werden.	Halbtotale Aufnahme Eine halbbreite Aufnahme, die eine Figur von der Taille aufwärts zeigt.
Call-to-Action (CTA) Eine Aufforderung, die dem Betrachter sagt, was er als Nächstes tun soll, oft verbunden mit einer URL, einer Website oder einer Aktionsschaltfläche.	Komposition Eine Kombination von visuellen Elementen, die in einer Animation oder Designszene angeordnet sind.
Codec Ein Format, das zur Komprimierung und Speicherung von Videodateien verwendet wird, wie z. B. H.264.	MagicInfo Software, die bei der GKB zum Hochladen und Anzeigen von Inhalten auf Schaufenster-Bildschirmen verwendet wird. https://magicinfo.live/
Corporate Design Die offiziellen Designregeln eines Unternehmens, einschliesslich Logos, Schriftarten, Farben und vieles mehr.	Monochrom Farben Ein Designstil, bei dem nur eine Farbe in verschiedenen Schattierungen und Helligkeitsstufen verwendet wird.
Customer Journey Ein englischer Begriff, der im Deutschen mit Kundenreise übersetzt wird. Der Weg, den ein Kunde vom ersten Kontakt mit einer Marke bis zu einer endgültigen Handlung zurücklegt.	Nahaufnahme Eine gezoomte Aufnahme, die ein Gesicht oder ein Objekt im Detail zeigt.

Non-destructive

Eine Arbeitsweise, bei der Änderungen jederzeit rückgängig gemacht oder angepasst werden können, ohne die ursprüngliche Datei oder Ebene dauerhaft zu verändern.

Outro

Der letzte Teil eines Videos oder einer Animation, in der Regel mit Branding oder einer Schlussbotschaft.

Pixelbasiert

Bildtypen, die aus winzigen Quadraten (Pixeln) bestehen und oft für detaillierte Zeichnungen verwendet werden.

Setting

Ein englisches Wort. Der Ort oder die Umgebung, in der sich eine Szene abspielt.

Stakeholder

Eine Person, die an einem Projekt beteiligt ist, davon betroffen ist oder es leitet und Feedback gibt.

Störer

Ein Designelement, das die Aufmerksamkeit auf sich zieht, oft eine farbige Form mit einer Botschaft.

Story-Plot

Die grundlegende Struktur oder Idee hinter einer Geschichte oder einem Comic.

Styleguide

Ein Dokument, das festlegt, wie Designs aussehen sollten, um der Identität einer Marke zu entsprechen. In der Regel ein Teil des Corporate Designs.

Tiefe

Das Gefühl von Weite oder Raum in einem Design oder Bild.

Totalaufnahme

Eine Totale, die den ganzen Charakter oder die ganze Umgebung zeigt.

Vektorbasiert

Eine Art von Illustration, die mit Pfaden und Formen anstelle von Pixeln erstellt wird, so dass sie ohne Qualitätsverlust auf jede Grösse skaliert werden kann. Wird oft auch für saubere Linienkunst, Logos und Grafiken verwendet.

Visual

Ein allgemeiner Begriff für ein Bild, eine Grafik oder ein visuelles Element in einem Design.

Anhänge.

Dokumente.

- 1. Mind Map – Comic Botschaft
- 2. Mind Map – Comic Szenen
- 3. Storyboard – Entwurf 1
- 4. Storyboard – Entwurf 2
- 5. Storyboard – Entwurf 3
- 6. Storyboard – Animation
- 7. Dialog Text mit Korrekturen
- 8. Wettbewerb Text mit Korrekturen
- 9. Testgruppe 1, Kind 1 Video
- 10. Testgruppe 1, Kind 2 Video
- 11. Testgruppe 2, Kind 3 & 4 Video
- 12. Test Briefing für Eltern E-Mail
- 13. GKB Schrift «Sabon» Lizenz
- 14. GKB Schrift «TheSerifC5» Lizenz
- 15. Schrift «Komika» Readme Text
- 16. PDFX-Ready Farbprofile
- 17. Cornell Charakter Designrechte Offerte
- 18. GKB Cornell Marke – Frontify
- 19. GKB Design Brandbook
- 20. GKB Content Guidelines
- 21. GKB Video CI Paket
- 22. KI Prompts & Resultaten

Offene Daten.

- Cornell Comic – Finale Version
inkl. Indesign-Datei, PDF, Farbprofil, Schriftarten, Verknüpfungen
- Cornell Animationen – Finale Version
inkl. AfterEffects-Datei, mp4-Videos, Schriftarten, Verknüpfungen

File-Download Mediamatik GR.

<https://upload.mediamatik-gr.ch/download.php?id=63&token=wYRGqLrr3pGgQaTkGuDS-fkOvkem4iUKJ>