

**STUPID
MIGHT FAIL.
SMART
DOESN'T
EVEN TRY.**



BE STUPID DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING

Shop online at Diesel.com

W-SEMINAR PLAKATDESIGN

OStR Gerhard Schebler

Das Plakat ist auch im Zeitalter des Internets ein zentrales Medium der visuellen Kommunikation. Es informiert über Veranstaltungen und Ausstellungen, es wirbt für Produkte und Marken, es dient der politischen Willensbildung und Kandidatenpräsentation. Über Plakate vermitteln sich aber auch gestalterische Konzepte einer breiteren Öffentlichkeit. Fotos, grafische Elemente sowie Typografie stehen für bestimmte Traditionen und Haltungen.

Durch die Auseinandersetzung mit den ästhetischen Konzepten der Plakatgestaltung erhalten die Teilnehmer_innen einen Einblick in die Grundlagen und die Geschichte des Grafikdesigns. Im Rahmen einer wissenschaftlich angelegten Analyse werden Werbestrategien und die damit verbundenen gesellschaftlichen Zusammenhänge erkundet.

Das Thema ermöglicht verschiedene wissenschaftliche Zugänge, so können etwa psychologische, historische, soziologische und (kunst)historische Methoden zur Anwendung kommen. Daneben besteht die Möglichkeit sich im Rahmen eines Praxisteils ein eigenes Design zu entwickeln und sich mit entsprechenden Computerprogrammen wie InDesign und Photoshop vertraut zu machen.

Was müssen Interessierte mitbringen?

- Interesse an gestalterischen Fragen
- Bereitschaft sich mit wissenschaftlichen Ansätzen auseinanderzusetzen und sich in ein Thema zu vertiefen

Erste Themenvorschläge

- Wahlplakate in der Bundesrepublik
- Der Wandel in der Präsentation von Politikern und ihren Programmen
- Wie weit darf Werbung gehen: Provokative Plakatkampagnen
- Nackte vor der Kirche: Die visuelle Manipulation des öffentlichen Raums durch Fassaden- und Gerüstplakate
- Propagandaplakate im Dritten Reich/ im Sozialismus
- Künstlerplakate von Toulouse-Lautrec bis heute
- Eine typografische Untersuchung von Protestplakaten
- Modeplakate der Moderne und Postmoderne
- Vergleich von Kinoplakaten
- Theater-/Museumsplakate (z.B. die Plakate der documenta, der Biennale, der Kammerspiele München)
- Das Frauen-/Männerbild auf Werbeplakaten
- Die Zukunft der Werbung im öffentlichen Raum : Vom Plakat zum digitalen Screen
- Gestaltung einer eigenen Plakatkampagne (für ein Modelabel, ein Museum, ein Theater etc.)
- Entwicklung einer künstlerischen Plakatarbeit im öffentlichen Raum