

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H021 – REIFEPRÜFUNG****Fachrichtung:** IT15 – GRAFIK UND KOMMUNIKATION**Fach:** MULTIMEDIALE ENTWÜRFE***Führen Sie Teil I der Arbeit und zwei der vorgeschlagenen Fragestellungen aus Teil II aus.*****TEIL I****GESTALTUNG DER VISUELLEN IDENTITÄT UND DER KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE
ZUM 100. JUBILÄUM VON „TURANDOT“ VON GIACOMO PUCCINI (1926-2026)**

Gestalten Sie die visuelle Identität sowie die Werbematerialien zur Feier des 100. Jahrestages der Uraufführung von *Turandot*. Sie nehmen dabei die Rolle des Art Directors der Stiftung „Teatro dell'Opera“ (fiktive Einrichtung) ein.

Wählen Sie eine der folgenden Optionen mit den jeweiligen technischen Anforderungen aus und entwickeln Sie das Projekt. In allen drei Fällen ist ein Logo für die Initiative zu entwerfen.

A. PRINT (Kulturelle Außenwerbung – *Outdoor Cultural Advertising*)

Gestaltung des offiziellen Plakats der Jubiläumssaison (Format 50 x 70 cm).

Technische Vorgabe: Das Layout muss mit klassischen Theaterplakaten brechen (keine veralteten Bühnenfotografien). Es sollen Illustration, digitales Collage-Design oder expressive Typografie verwendet werden, um einen visuellen Hammer (*Visual hammer*) zu schaffen, also ein visuell starkes Bild mit emotionaler und konzeptioneller Wirkung.

B. PRINT (*Editorial Design*)

Gestaltung des Covers und der Rückseite des Programmhefts (geschlossenes Format A5: 14,8 x 21 cm).

Technische Vorgabe: Das Layout muss ein fixes Gestaltungsraster einhalten. Die Titelseite soll die visuelle Identität des Plakats in stimmiger Weise aufgreifen, jedoch an die Anforderungen des Editorial Designs angepasst sein. Die Rückseite muss eine kurze Inhaltsangabe, einen Strichcode sowie den Preis enthalten.

C. DIGITAL (animierte Grafik – *Motion Graphics Concept*)

Gestaltung eines Storyboards für eine animierte Instagram-/TikTok-Story (vertikales Format 9:16, 1080 x 1920 px).

Technische Vorgabe: Die Animation selbst ist nicht auszuführen. Stattdessen sind 4 statische Frames zu entwerfen, die die Entwicklung eines 15-sekündigen Videos zeigen. Ziel ist es, starke Aufmerksamkeit (*Hype*) zu erzeugen und Nutzerinnen und Nutzer zum Ticketkauf zu führen.



Ministero dell'Istruzione e del Merito

H021 – REIFEPRÜFUNG

Fachrichtung: IT15 – GRAFIK UND KOMMUNIKATION

Fach: MULTIMEDIALE ENTWÜRFE

AUFTRAG

Führen Sie, ausgehend von Ihrer Wahl, folgende Aufträge aus:

1. Legen Sie das gesamte in der Planungsphase produzierte Material vor (Konzeptplan, Moodboard falls sinnvoll sowie Rohentwürfe/Skizzen), das den kreativen Prozess aufzeigt;
2. Verfassen Sie einen kurzen Bericht, in dem Sie das Konzept Ihres Projekts, die Farbanalyse sowie Wahl der Typografie erläutern (Name des verwendeten Fonts und die historische sowie ästhetische Begründung angeben), mindestens 10 und maximal 25 Zeilen, Schriftgröße 11. Alternativ dazu kann der Bericht auch in Form einer Präsentation erstellt werden, die alle unter Punkt 1 geforderten Unterlagen enthält.
3. Erstellen Sie das endgültige Layout. Technische Vorgaben:
 - Abgabe der digitalen Datei als offene Datei der verwendeten Software (AI, INDD, PSD), mit Ebenen gespeichert, entweder druckreif oder zur weiteren Verarbeitung in After Effects;
 - Abgabe der finalen Arbeit als druckreifes PDF (mit Schnittmarken und Beschnittzugabe für Plakat und Programmheft) sowie als hochauflösende JPG-Dateien für die Video-Frames;
 - zusätzlich, sofern es die Druckmöglichkeiten der Schule erlauben, Ausdruck von Plakat und Cover im verkleinerten Format A3.

BRIEFING FÜR DAS PROJEKT

BESCHREIBUNG DES WERKS

Turandot ist eine Oper in drei Akten, komponiert von Giacomo Puccini nach einem Libretto von Giuseppe Adami und Renato Simoni. Das Werk blieb durch den Tod des Komponisten unvollendet und wurde später von Franco Alfano vollendet. Die Handlung spielt in einer fiktiven Version Chinas (dem alten Peking) und erzählt die Geschichte der kalten und grausamen Prinzessin Turandot, die ihren Bewerbern drei Rätsel stellt: Wer sie lösen kann, darf sie heiraten; wer scheitert, wird hingerichtet. Die Dramatik spitzt sich zu, als ein unbekannter Prinz (Calaf) die Rätsel löst und die Prinzessin seinerseits herausfordert, seinen Namen zu erraten. Die Oper ist weltweit berühmt für unvergängliche Arien wie *Nessun dorma* sowie für ihre exotische, geheimnisvolle und stark spannungsgeladene Atmosphäre.

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H021 – REIFEPRÜFUNG****Fachrichtung:** IT15 – GRAFIK UND KOMMUNIKATION**Fach:** MULTIMEDIALE ENTWÜRFE

Am 25. April 1926 wurde Turandot im Teatro alla Scala in Mailand erstmals aufgeführt – das letzte, unvollendete Meisterwerk von Giacomo Puccini. Hundert Jahre später fasziniert die Geschichte der Eisprinzessin, der drei tödlichen Rätsel und der Opferliebe weiterhin Menschen auf der ganzen Welt. Doch die Oper steht heute vor einer entscheidenden Herausforderung: dem Generationenwechsel. Die Oper kann nicht überleben, wenn sie nur ihr traditionelles Publikum anspricht. Sie muss wieder zu einem Teil der populären Kultur werden – zu einem unverzichtbaren Ereignis und einem mitreißenden Erlebnis.

ZIEL: BESCHREIBUNG DES PROJEKTS

Die Stiftung „Teatro dell’Opera“ benötigt eine visuelle Identität (Logo zum 100-Jahr-Jubiläum + Visual für die Kampagne), die Oper neu interpretiert. Dabei soll keine reine Abbildung des alten Chinas entstehen, sondern eine visuelle Interpretation der universellen Themen des Werks: Kälte (die Strenge Turandots), Blut (der Tod der Bewerber), Mysterium (die Rätsel) und Leidenschaft (Calaf). Das Design soll zeitgenössisch und mutig sein, soll mit den Plakaten von Netflix oder großen Electronic-Music-Festivals mithalten können, dabei jedoch die einem Opernhaus angemessene Eleganz bewahren.

ZIELGRUPPE

Primär: Millennials und Gen Z (18–30 Jahre). Ein Publikum, das an schnelle visuelle Codes gewöhnt ist, möglicherweise noch nie eine Opernaufführung besucht hat, aber sich für trendige, instagramtaugliche (*instagrammable*) Kulturveranstaltungen interessiert.

Sekundär: das traditionelle Abonnentenpublikum (50+ Jahre), das Respekt vor der musikalischen Tradition erwartet, aber zugleich eine hochwertige, künstlerische Gestaltung zu schätzen weiß.

TON (TONE OF VOICE)

- MYSTERIÖS: soll Neugier wecken (das Thema der Rätsel)
- DRAMATISCH UND KRAFTVOLL: wie die Musik Puccinis
- ELEGANT / MINIMALISTISCH: Reduktion auf das Wesentliche, Fokus auf die Essenz des Dramas

ZU VERMITTELNDE WERTE

- Mysterium und Entdeckung: die Anziehungskraft des Unbekannten und der intellektuellen Herausforderung
- Leidenschaft und Mut: die überwältigende Kraft der Liebe, die Kälte und Todesangst überwindet
- Innovation und Universalität: der Stolz auf die große italienische Musikkultur und der Anspruch, sie zugänglich, modern und zeitlos für neue Generationen zu machen

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H021 – REIFEPRÜFUNG****Fachrichtung:** IT15 – GRAFIK UND KOMMUNIKATION**Fach:** MULTIMEDIALE ENTWÜRFE**MEDIENPLAN (MEDIA PLANNING)**

Print und Außenwerbung (Offline): Start der offiziellen Plakatkampagne (50 x 70 cm) einen Monat vor der Premiere, mit strategischer Platzierung in der Nähe von Universitäten, Haltestellen des öffentlichen Verkehrs, U-Bahn-Stationen sowie in kulturellen Einrichtungen. Verteilung des Programmhefts im Foyer des Theaters.

Digital und soziale Netzwerke (Online): Launch der Kampagne und Teaser auf den Instagram- und TikTok-Kanälen der Stiftung durch animierte Stories und Kurzvideos. Ziel ist es, Interaktion zu erzeugen und die Nutzerinnen und Nutzer schnell zum Kauf der digitalen Tickets zu leiten.

ZU VERWENDENDE TEXTE (VERPFLICHTEND)**Jubiläumslogo:**

„Turandot 100“ oder „Turandot 1926–2026“ (zu entwerfen)

Texte für das Plakat:

Titel: TURANDOT

Komponist: Giacomo Puccini

Dirigent: Maestro E. Rossi (fiktiver Name)

Termine: Spielzeit zum 100-Jahr-Jubiläum, November – Dezember 2026

Ort: Teatro dell'Opera

Texte für das Programmheft (Rückseite):

Kurzinhalt: „Im alten Peking stellt die grausame und wunderschöne Prinzessin Turandot ihren Bewerbern drei Rätsel: Wer sie löst, darf sie heiraten, wer scheitert, wird hingerichtet. Ein unbekannter Prinz entscheidet sich, sein Schicksal herauszufordern und sein Leben zu riskieren, um das Eis im Herzen der Prinzessin zu schmelzen.“

Preis: € 12,00

Texte für das Social-Media-Storyboard:

Frame 1 – Aufhänger/Hook: „Drei Rätsel. Ein Leben.“

Frame 2/3 – Hauptteil/Geschichte: Wirkungsstarke Grafik und Enthüllung des Jubiläumslogos

Frame 4 – Handlungsaufforderung/Call to Action: „Das unvollendete Meisterwerk erwartet dich. Jetzt Tickets kaufen“ + Button „Nach oben wischen/Link in der Profilbeschreibung“ (Swipe up/Link in Bio)

Anhänge

- Bilder (können verwendet werden, wenn das Format kompatibel ist; dies ist aber nicht verpflichtend)

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H021 – REIFEPRÜFUNG****Fachrichtung:** IT15 – GRAFIK UND KOMMUNIKATION**Fach:** MULTIMEDIALE ENTWÜRFE

Hinweis: Die Kommission kann das bereitgestellte Bildmaterial ergänzen und nach eigenem Ermessen zusätzliches Material zur Verfügung stellen. Das Material kann aus Drucksorten stammen oder vor Beginn der Prüfung aus dem Internet heruntergeladen werden und wird allen Schülerinnen und Schülern zur Verfügung gestellt.

TEIL II

1. Das Projekt umfasst die Gestaltung eines für den Druck bestimmten Plakats sowie eines Screendesigns für soziale Netzwerke (Smartphone-Bildschirm). Erläutern Sie kurz die grundlegenden technischen Unterschiede zwischen den beiden Medien und gehen Sie dabei insbesondere auf die Verwendung der Farbräume (CMYK und RGB) sowie auf die Bildauflösung ein.
2. Farben vermitteln tiefgehende psychologische Bedeutungen. In *Turandot* steht der Kontrast zwischen der Kälte der Prinzessin und der Leidenschaft Calafs im Mittelpunkt. Erläutern Sie die Wahl Ihres Farbklimas und begründen Sie dessen psychologische und visuelle Wirkung.
3. Welche grundlegenden Regeln sind bei der Gestaltung des Covers des Programmhefts für die Erstellung eines korrekten Gestaltungsrasters zu beachten und wie wird die typografische Hierarchie zwischen Titel, Autor und sekundären Texten sinnvoll organisiert?
4. Ein Storyboard bedeutet, einzelne (statische) Bilder im Hinblick auf Zeit und Bewegung zu planen. Welche Vorteile bietet ein kurzes animiertes Video (*Motion Graphics*) in sozialen Netzwerken gegenüber der Veröffentlichung eines rein statischen Plakats – insbesondere im Hinblick auf die Interaktion mit Nutzerinnen und Nutzern (*Engagement*)?

Dauer der Arbeit: 8 Stunden.

Die Arbeit kann in jeder Technik ausgeführt werden (Collage, Zeichnung, Digital, etc.).

Der Gebrauch von Zeichengeräten und das Nachschlagen in Katalogen und Zeitschriften zur eventuellen Nutzung von Bildern (sowohl in Papierform als auch digital: Drucke, Bücher, Font, CD, USB mit Bildersammlungen) ist erlaubt.

Die Verwendung informationstechnischer Geräte (Computer, Scanner, digitaler Fotoapparat, Fotokopiermaschine, Drucker) und, wenn am Prüfungssitz verfügbar, von fachspezifischer Software (Vektorgraphik, Layout, Bildbearbeitung) für die Bearbeitung von Bildern, die Textkomposition und das Layout ist erlaubt.

Der Gebrauch des Internets ist während der Prüfung nicht erlaubt.

Der Gebrauch eines deutschsprachigen Wörterbuchs ist erlaubt.

Der Gebrauch eines zweisprachigen Wörterbuchs (Deutsch - Sprache des Herkunftslandes) ist für Kandidatinnen und Kandidaten mit nicht deutscher Muttersprache erlaubt.

Das Schulgebäude darf erst drei Stunden nach Bekanntgabe des Themas verlassen werden.