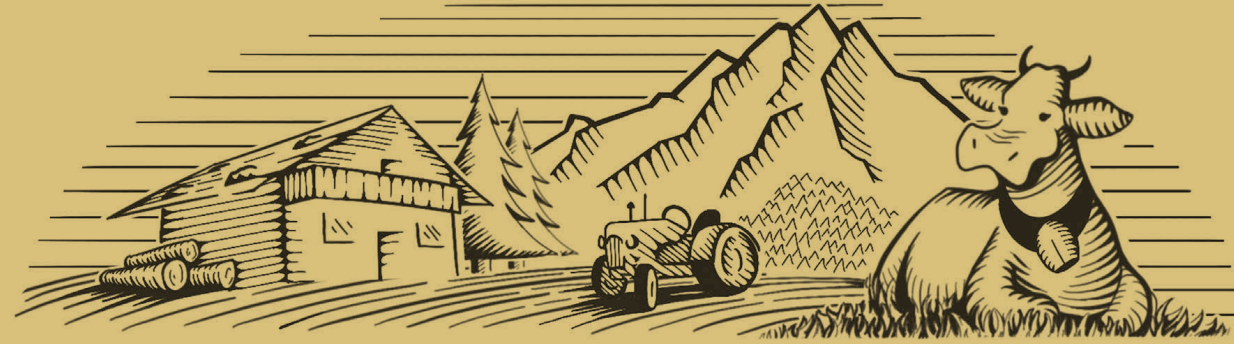
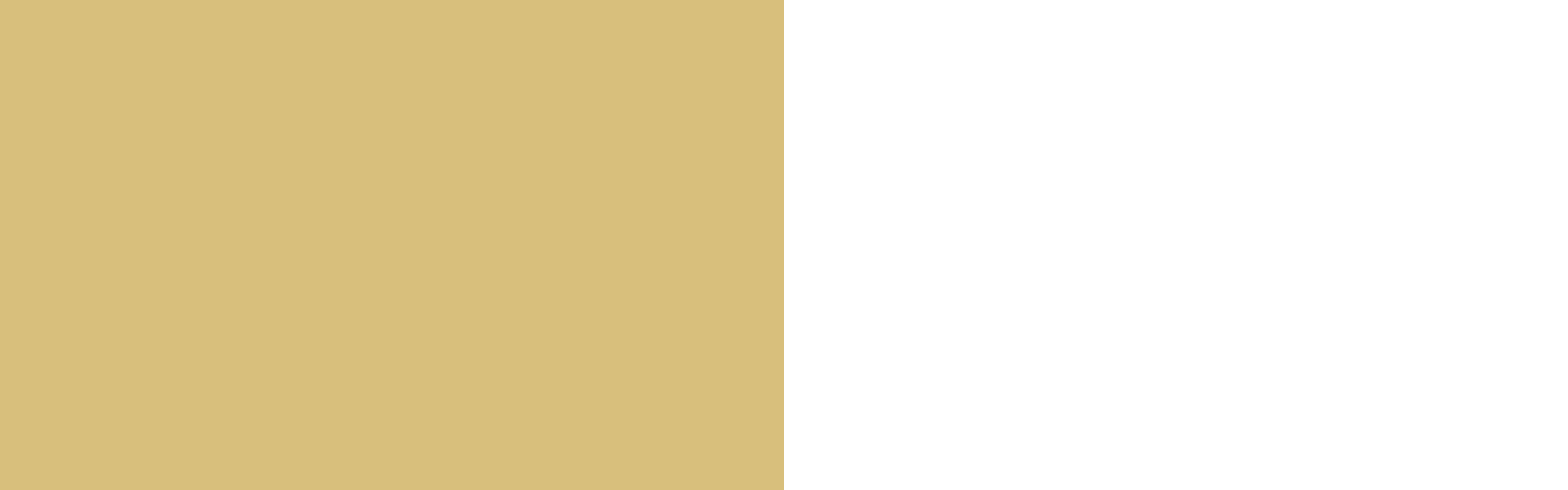




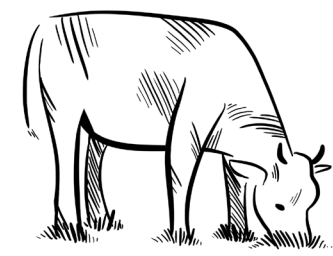
DELICATESSEN

SPECIALITÀ DELL'ALTO ADIGE



MATURAPROJEKT VON EVA PLATTNER
„BILDSPRACHE DELICATESSEN“
DER MATURAKLASSE
5. HANDEL UND INDUSTRIE 2020/21
LBS GUTENBERG

EXTERNER PARTNER:
ROBY ATTISANO - DESEIN STUDIO (BZ)
MARKUS MUTSCHLECHNER (MIL)



INHALTSVERZEICHNIS

- 1. EINLEITUNG
- 2. HERAUSFORDERUNGEN
- 3. ZIEL
- 4. PROJEKTLEITUNG
- 5. BETEILIGTE
- 6. PROJEKTBEGINN
- 7. STILFINDUNG
- 8. KOMPOSITION
- 9. HALBBOGEN
- 10. IMPAKTWERT
- 11. DONT TRY TO BE ORIGINAL
- 12. ABSCHLUSS
- 13. NÄCHSTE SCHRITTE
- 14. THEORIE ZU PROJEKTMANAGMENET





1. EINLEITUNG

Mein Hobby, welches im Kindergarten und einem Bild von einem Igel angefangen hatte, begleitet mich noch heute so gut wie jeden Tag: Das **Zeichnen**.

Somit ist es nachvollziehbar, dass nach all diesen Jahren der Hingabe für diese Leidenschaft mein Maturaprojekt keineswegs diese ausschließen würde. Im Gegenteil, alles sollte sich darum drehen, was ich so sehr liebe zu tun. Schon vor Beginn meines letzten Schuljahres stand also fest, welche Art von Projekt ich in die Realität umsetzen möchte.

Noch passender war es, dass mein Kunde **Roby Attisano** auf mich zu kam und ich erst gar nicht nach einem geeigneten Projekt suchen musste. Im späten Sommer 2019 unterhielten wir uns über eine Marke des Namens "**Delicatessen**", welche Restaurants sowie Feinkostläden im Repertoire zu bieten hatte. Einst hatte Roby selbst das Logo für diese Marke und dem Gründer, seinem guten Freund **Markus Mutschlechner**, angefertigt. Nun lag es an uns, dieses zu redesignen, doch wo kommen da die Illustrationen ins Spiel?

2. HERAUSFORDERUNG

Unsere Aufgabe stand bald fest: ein Redesign des Logos zusammen mit einer illustrierten Bereicherung, welche auch in der Innenarchitektur Anwendung finden kann. Um das zu erreichen, mussten wir so einige Hürden bewältigen, welche sich uns in den Weg stellten:

1. Einheit

Mittlerweile hatte die Marke "Delicattessen" reichliche Untermarken, jedoch kein einheitliches Design, geschweige denn Branding. Das wirkt reichlich unprofessionel und vor allem bringt es große Unordnung ins Spiel. Das musste geändert werden.

2. Bildsprache

Hier kommen meine Illustrationen ins Spiel. Neben den einheitlichen Logos, sollen diese mit Zeichnungen bereichert werden. In diesen soll klar werden was "Delicatessen" zu bieten hat: leckere, traditionelle Südtiroler Produkte mit einem gewissen Flair

Nichts davon schreckte uns ab, das Ziel war definiert.

ZIEL

EIN EINHEITLICHES DESIGN, BEREICHERT MIT EINDEUTIGEN ILLUSTRATIONEN,
WELCHE DIE PRODUKTE UND DEREN HERKUNFT
DEM KUNDEN NÄHER BRINGEN.

4. PROJEKTL EITUNG

Ich, **EvA Plattner**, welche dies schreibt, finde es merkwürdig zu behaupten, ich hätte die Projektleitung übernommen. Schließlich arbeitete ich mit meinem Kunden sehr intensiv zusammen, was bei solch einem Projekt auch nötig ist. Um Ihnen aber ein besseres Bild von mir zu geben, hier etwas zu meiner Person:

Zum jetzigen Zeitpunkt bin ich 20 Jahre alt und falls Sie es auf den letzten Seiten nicht erkannt haben: ich liebe es zu Zeichnen und Illustrieren. In diesem Bereich sehe ich meine Zukunft, hier will ich weiter machen. Auch wenn es schwer ist in solch einer Branche Fuß zu fassen, will ich es versuchen. Genauere Ziele habe ich mir noch nicht gesetzt, doch das große Ganze steht fest.



5. BETEILIGTE

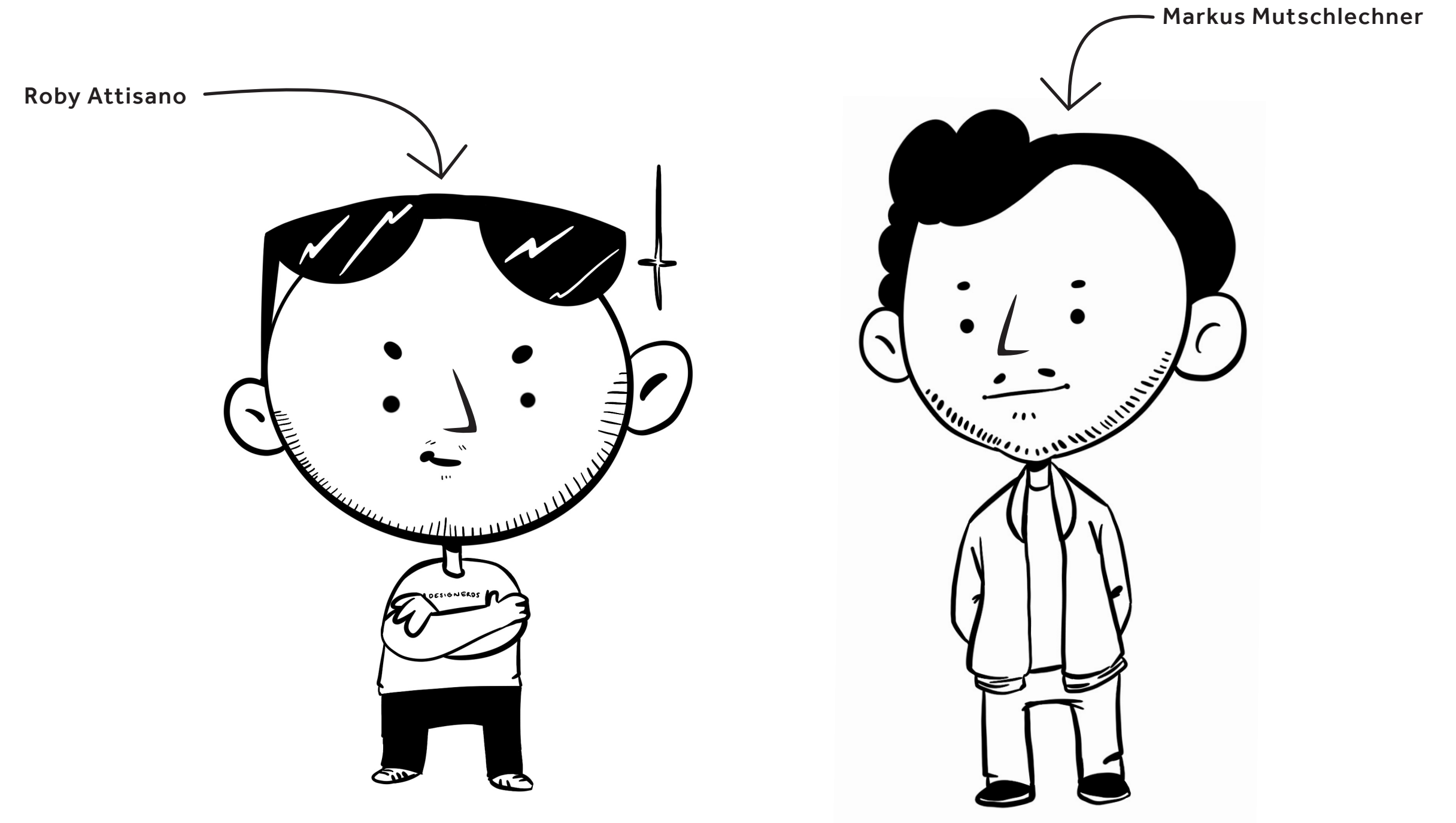
Roby Attisano

Ohne Frage ist Roby der wichtigste der Beteiligten. Er ist Mitbegründer des Grafikstudios "DESEIN" in der Industriezone Bozens und ohne ihn wäre es mir nicht möglich gewesen, dieses Projekt umzusetzen. Schon in der Vergangenheit haben wir gemeinsam gearbeitet, mitunter für das Einkaufszentrum "Algo" in Algund oder die international tätige Firma "TechnoAlpin".

Markus Mutschlechner

Der Begründer der Marke "Delicatessen" stammt aus Brixen und zog im späteren Verlauf seines Lebens nach Mailand. Hier in Südtirol, wo seine Eltern eine Bäckerei besitzen, arbeitete er als Konditor. Doch schon bald erkannte er, wie Mailänder die südtiroler Küche zu schätzen wissen, womit er den Entschluss fasste einen Feinkostladen zu eröffnen.

Bald darauf dann Restaurants und noch so einiges mehr.





6. PROJEKTBEGINN

Der Sommer geht vorbei und die Schule beginnt. Mein Kunde und ich arbeiten breits auf Hochturen. Nach den ersten Briefings und Brainstorming haben wir uns beide daran gesetzt das geplante umzusetzen, mit all seinen Hürden und Schwierigkeiten.

Stil, Komposition, Form, Impaktwert und die Philosophie **"Don't try to be original, try to be good"** würde mich über das gesamte Projekt hinweg begleiten.

Die so genannte "Arbeitswut" war groß und keine Rückschläge würden mich oder mein Kunde stoppen. Es galt die Devise: Wir machen es gut oder gar nicht.

Mit dieser Einstellung gingen wir das Projekt an.

7. STILFINDUNG

Mein Kunde besaß bereits eine genaue Vorstellung was den Stil der Bildsprache anging.

Die Beispiele sehen sie auf der nächsten Seite. Wir ließen uns davon inspirieren, überlegten,

wie wir daraus einen eigenen, prägnanten und eindeutigen Stil entwickeln konnten,

der die angebotenen Produkte widerspiegelte.

Leckeres Essen, Genuss, Almen, frische Produkte, Tradition - kurz: Südtirol.

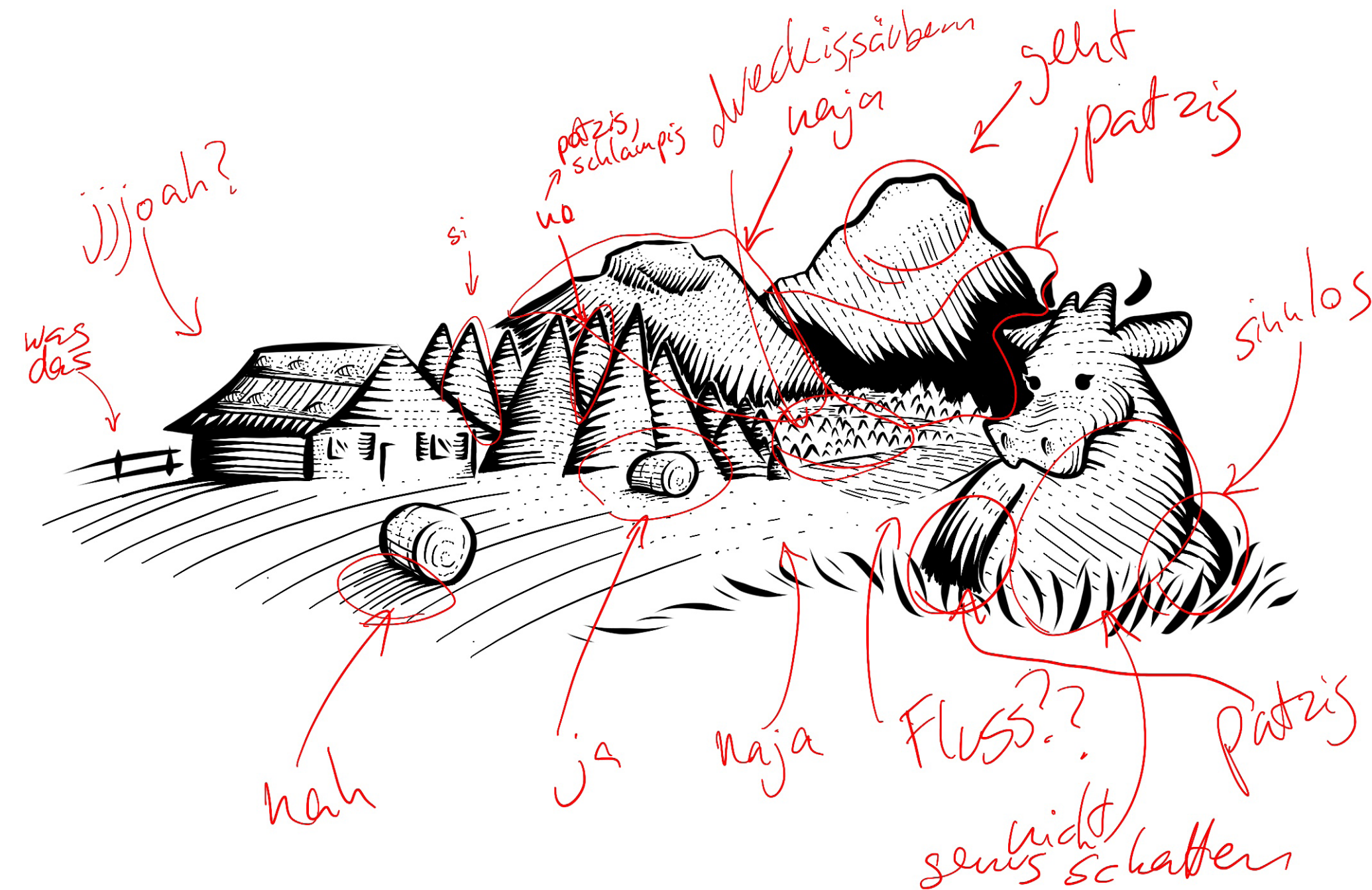
Ich machte mich also ans Skizzieren, wobei sehr viele Bilder und Entwürfe entstanden.

Selbst wenn dies sehr anstrengend war, war ich sehr glücklich dieses Projekt ausführen zu dürfen.

Und am Ende war der Stolz umso größer.





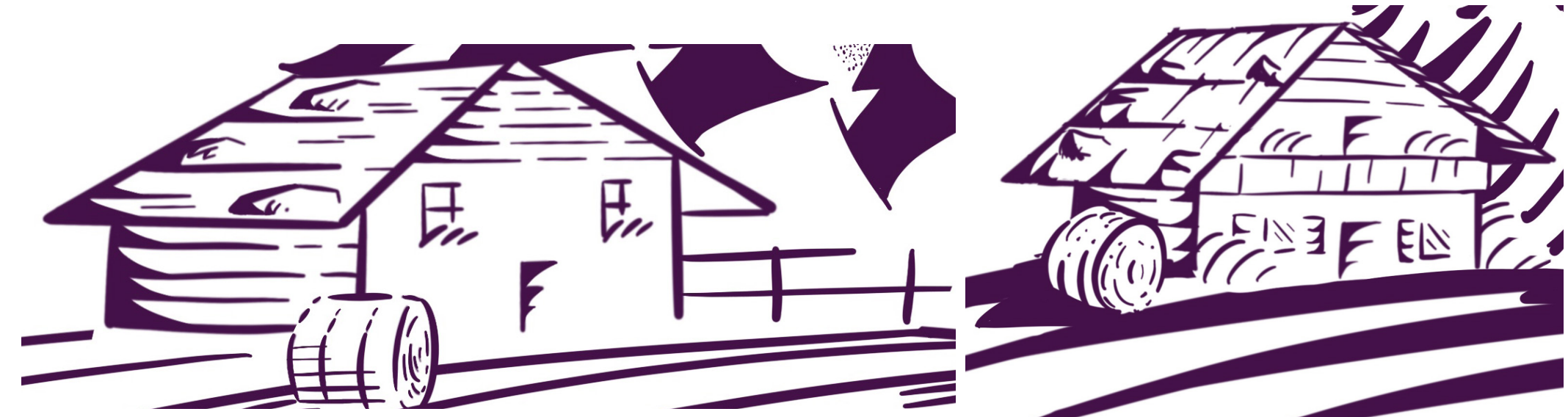
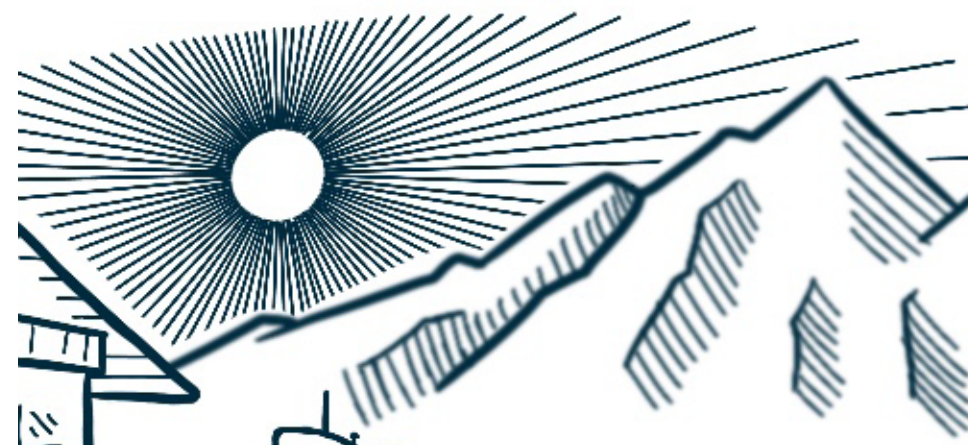


8. KOMPOSITION

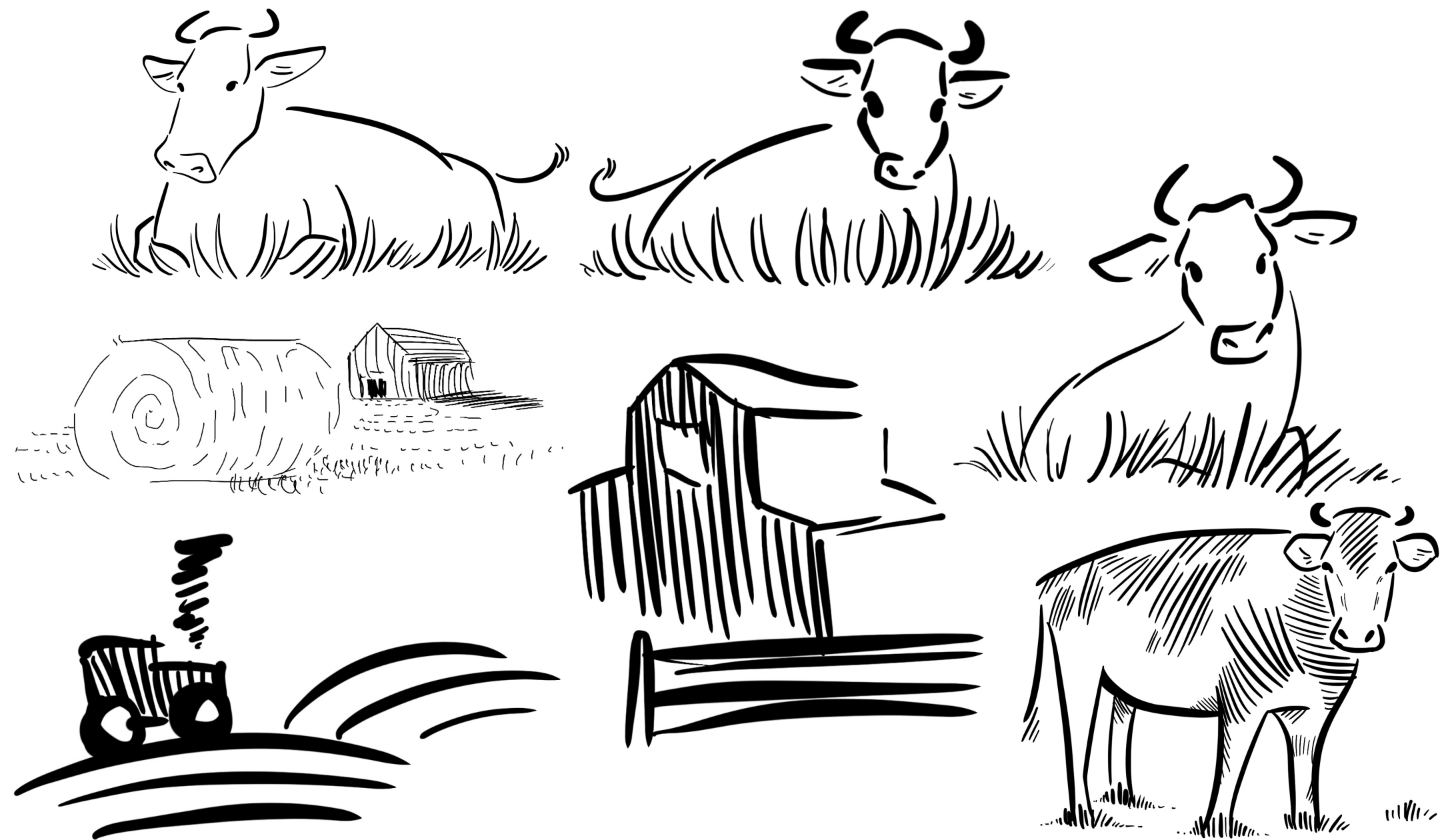
In der Komposition sollte alles enthalten sein, was man sich unter Südtirol vorstellt.

Woran denken Sie als erstes, wenn sie an diese Region denken? Vielleicht Äpfel? Eine Kuh auf der Weide, in der Ferne ein Hof, zu dem sie gehört? Mit Sicherheit die Berge, mit Wald bewachsen, welche sich im Hintergrund abzeichnen. Auch uns waren diese Motive nicht fremd, doch zwischen Tannen und Laubbäumen, Bergen und Seen, brauchte es erneut massig viele Skizzen und Entwürfe.









9. HALBBOGEN

Mit das wichtigste für die Logos ist eine Einheit und dass sie in sich geschlossen sowie pregnant sind. Zuerst war nur der Schriftzug, "Delicatessen", doch dieser sollte nun bereichert werden.

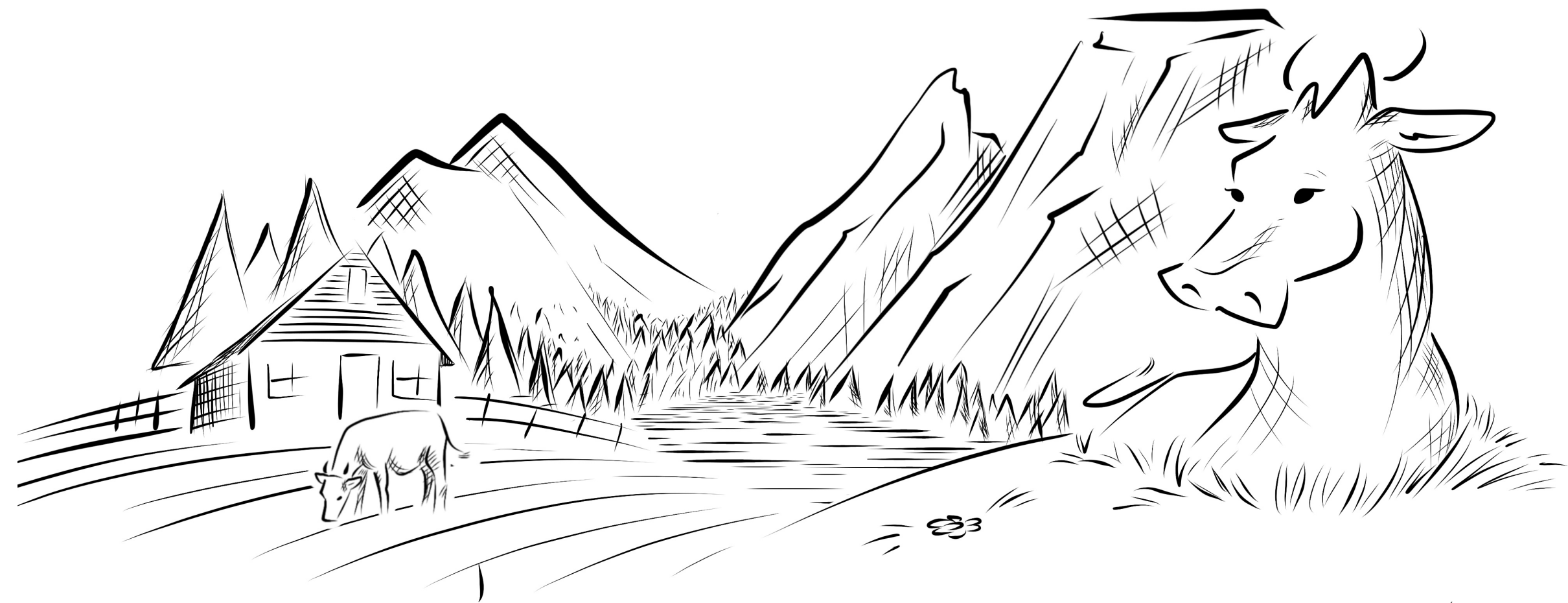
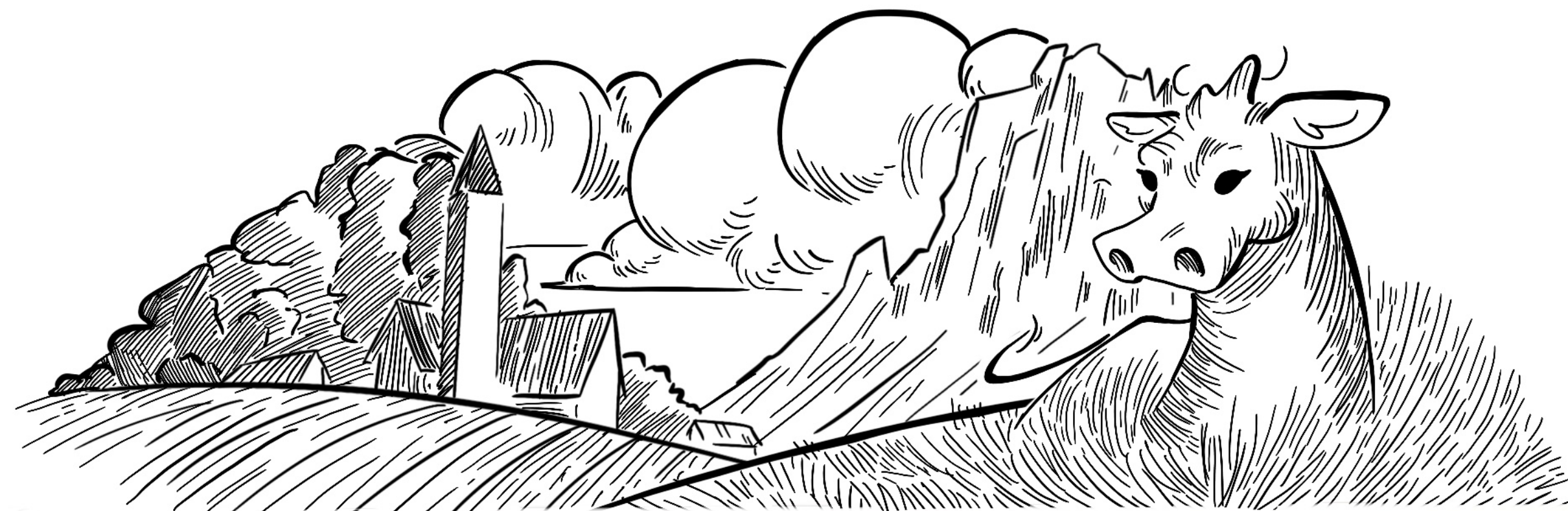
Unten? Oben? An der Seite, links oder rechts?

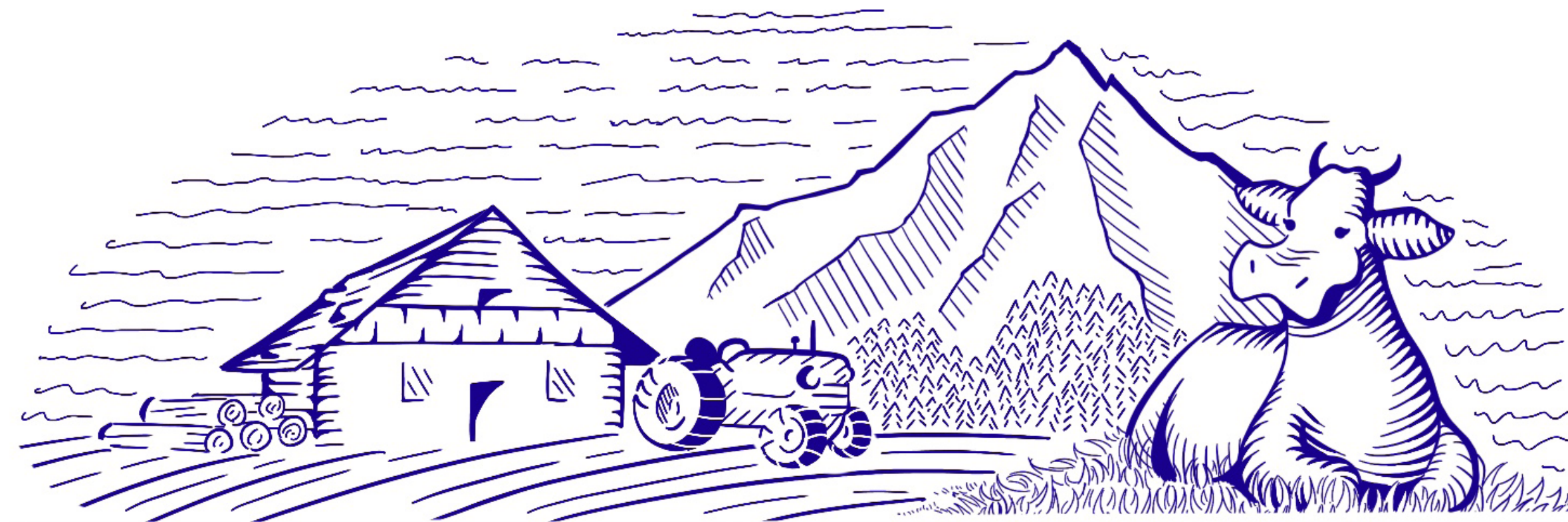
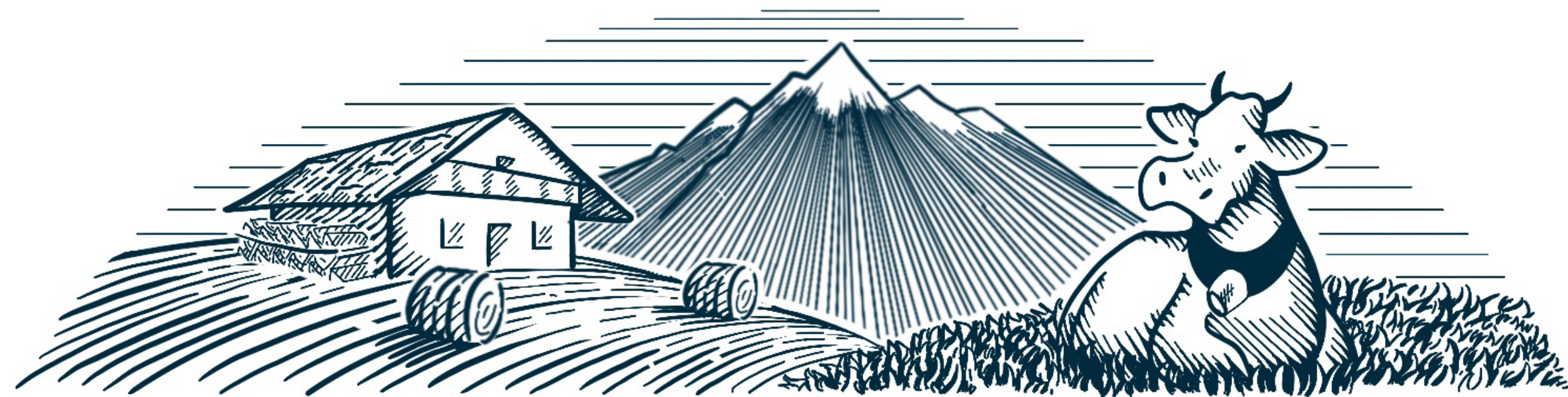
Nach vielen Proben erkannten wir, dass der **Halbkreis** oberhalb des Schriftzugs die Lösung ist.

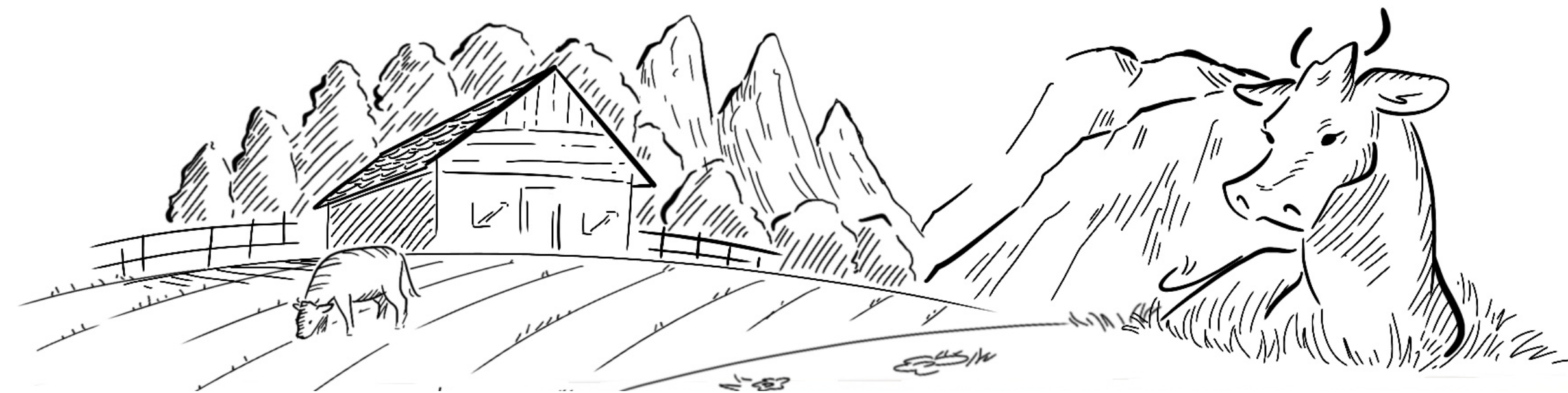
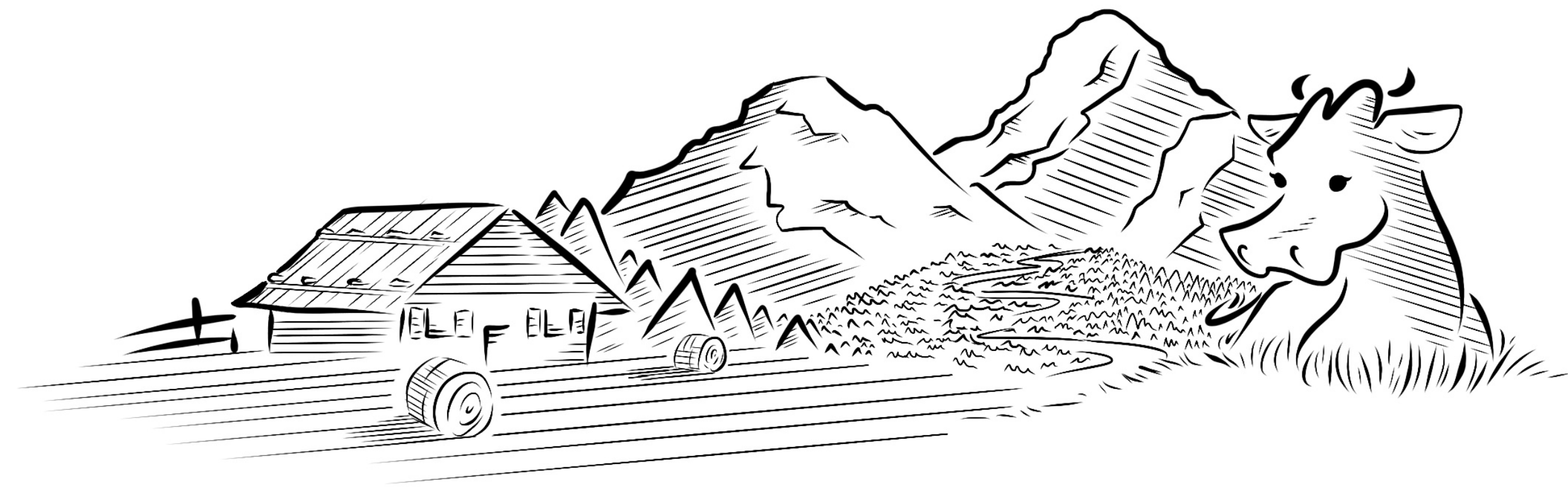
Er rundet das Logo wortwörtlich ab, gibt der Illustration Halt und Platz.

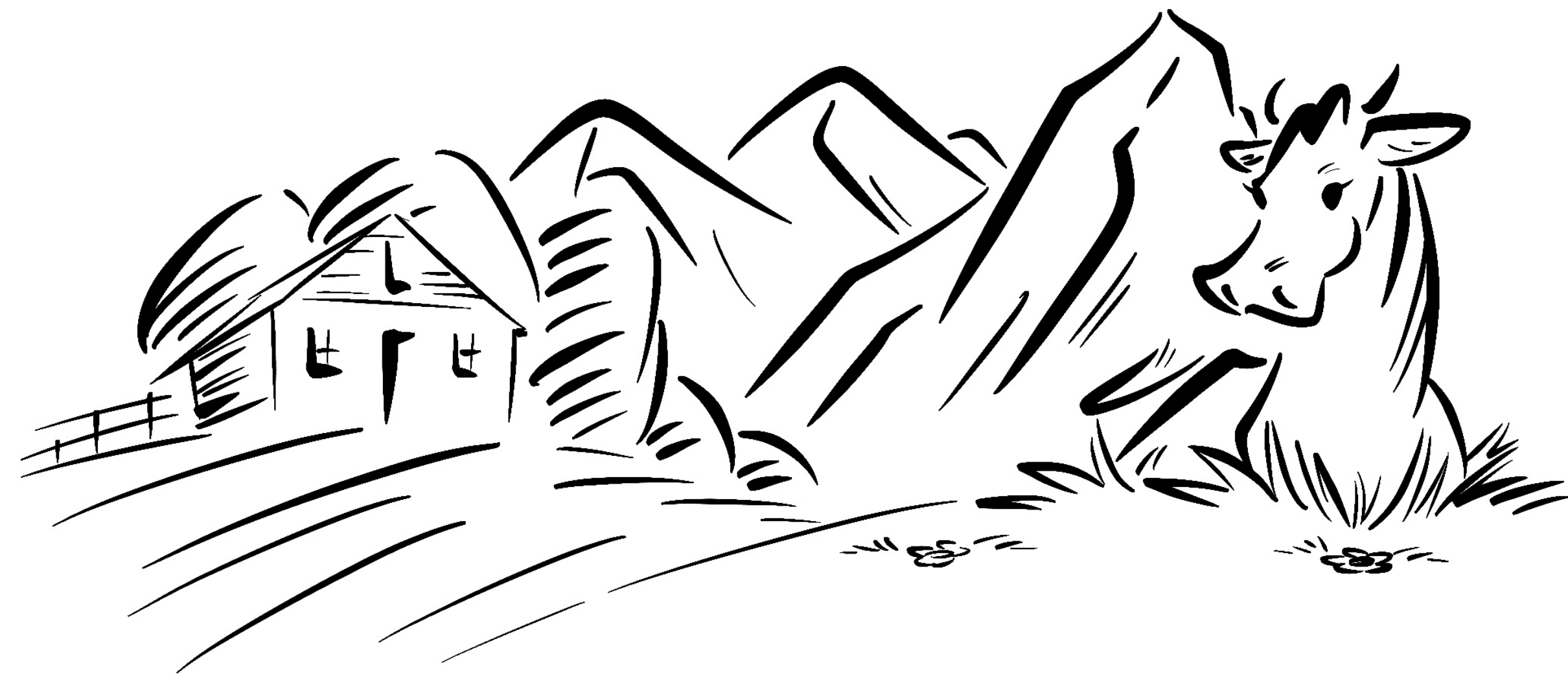
In dieser Form Komposition sowie alle Bestandteile dieser unterzubringen, war eine Herausforderung. Das Ergebnis, lässt sich aber zeigen.











10. IMPAKTWERT

Es gibt nur einen ersten Eindruck, du hast nur eine Chance und die musst du nutzen.

Der Impaktwert, welcher auf einem wirkt sobald man das Logo sieht, muss perfekt sein.

Auf Anhieb soll man erkennen, für was Delicatessen steht, was man hier für sein Geld bekam und dass es dem Auge gefiel. Eine Herausforderung, welche jeden Bereich der Illustration als auch des Schriftzuges betraf. Stil, Komposition, Formgebung. Alles muss Hand in Hand gehen, damit der erste Eindruck der richtige ist.

Natürlich gelang uns dies nicht auf Anhieb. Immer wieder wurden verschiedene Versionen Menschen gezeigt und die Frage gestellt: "Wie wirkt das?" und vorallem "Weshalb wirkt es so?"

Auch wir selbst, versuchten die Komposition stets mit frischem Auge anzusehen und ihre Makel zu erkennen und anzuprangern.

Das Hinterfragen und Begründen der eigenen Meinung ist einer der Aspekte, welche ich bei diesem Projekt gelernt und sehr verinnerlicht habe.

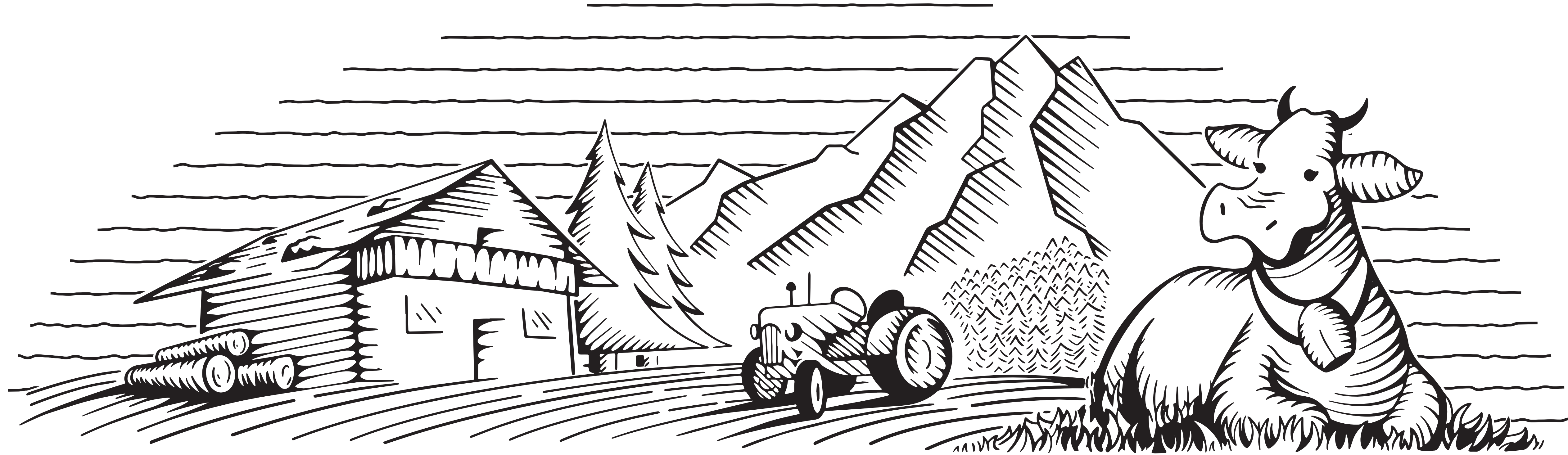
11. DON'T TRY TO BE ORIGINAL, TRY TO BE GOOD

Voller Ideen und Innovationen zu stecken ist keinesfalls eine negative Eigenschaft.

Doch bei diesem Projekt stand nicht im Mittelpunkt Logos neu zu erfinden. Wichtig war es, ein Branding aufzubauen. Gut, effizient und mit nicht abzustreitenden Markencharakter.

Originalität ja, aber mit Grenzen. Eine Denkweise wie beim Bauhaus, wo erst der Nutzen zählt, dann das Design. Funktionierte es nicht, dann war es vielleicht eine nette Idee, aber klappen würde es trotzdem nicht. Dieser Slogan, welchen Roby mir stets prädigte, spannte sich über das gesamte Projekt und zeigt seine Wirkung auf das schlussendliche Ergebnis.

DAS ERGEBNIS UND DER PROJEKTABSCHLUSS



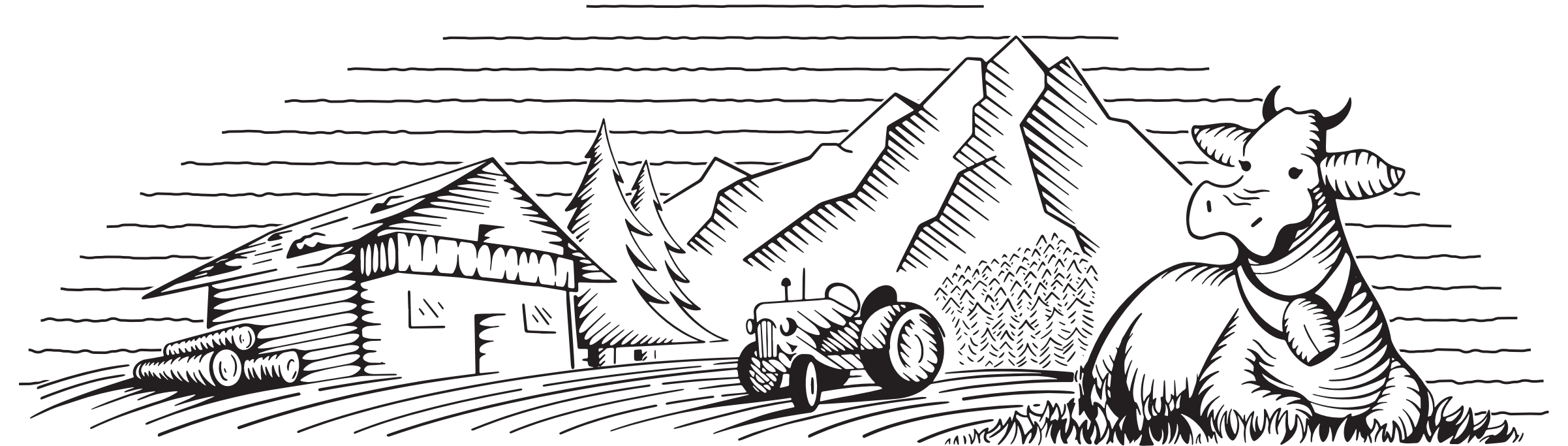
12. ABSCHLUSS

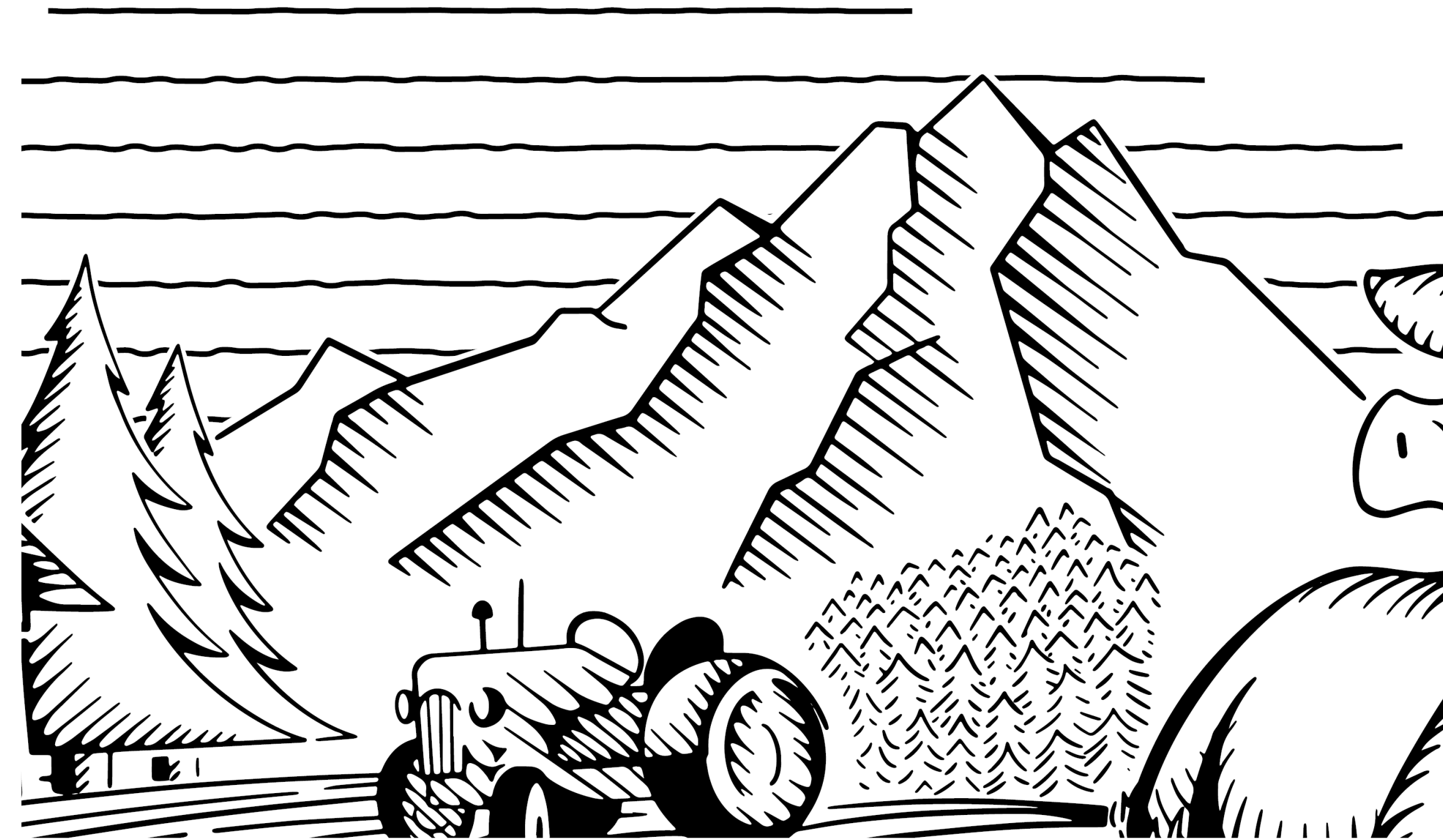
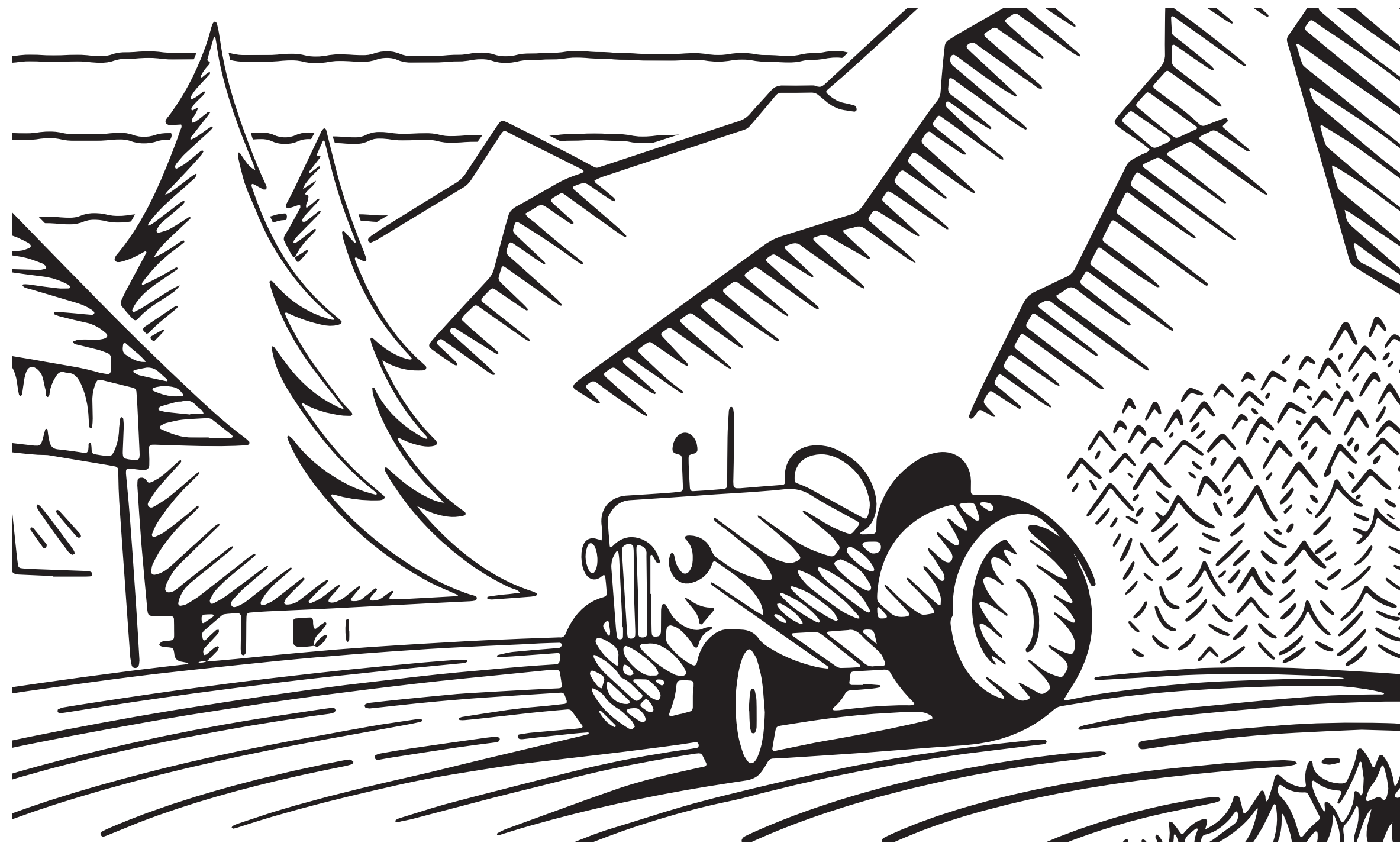
Bereits Ende Januar war das Logo mit der Illustration, beendet und abgeschlossen.

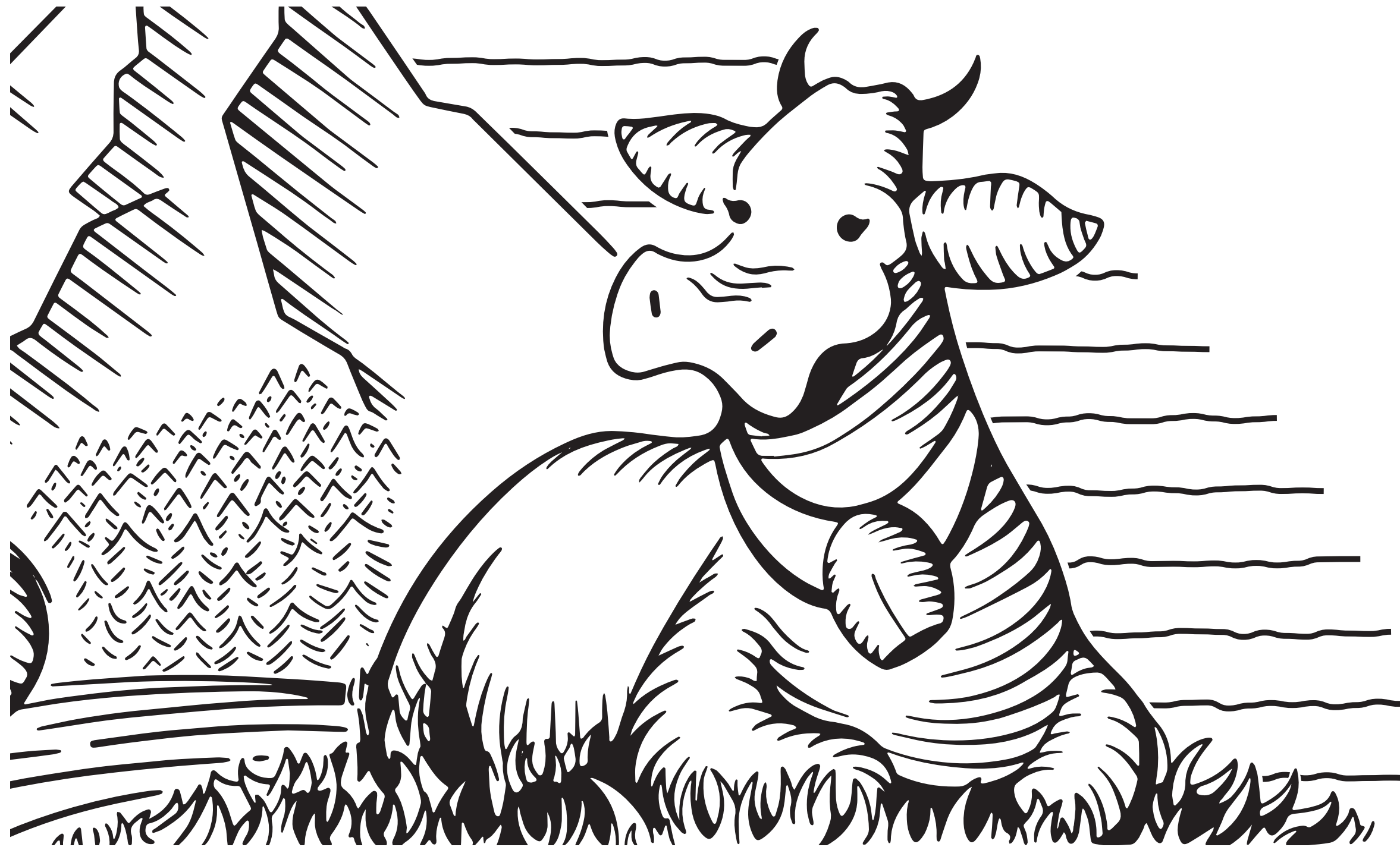
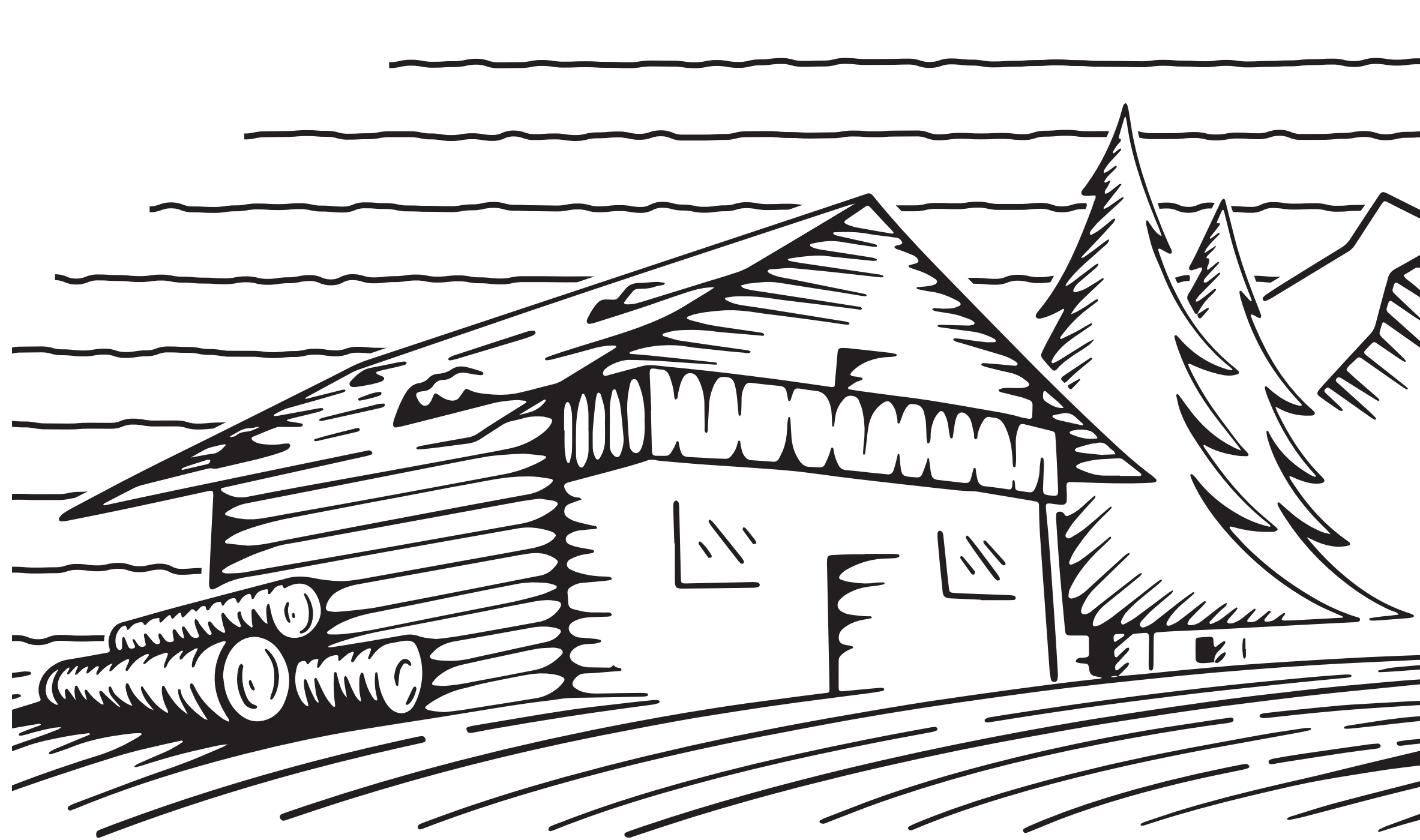
Es lagen 5 Monate, fast ein halbes Jahr, hinter uns, in welchen wir uns nur um dieses eine Logo gekümmert hatten. Es hatte mehr Zeit in Anspruch genommen, als erwartet, doch das Ergebnis kann sich sehen lassen. Zudem muss man anmerken, dass nun große Schritte getätigt worden sind. Der Zeichenstil war definiert, die Formgebung würde sich durch alle Logos und Untermarken ziehen und die generelle Grundlage war geschaffen.

Wir waren und sind noch immer stolz auf das Ergebnis, doch wir wären nicht wir, wenn wir selbst noch heute Makel und Kleinigkeiten ansprechen würden. Das könnte man korrigieren, das sollte vielleicht etwas rotiert werden, dieser Baumwipfel ist ein ganz klein wenig schief.

Aber das gehört zu einem Projekt dazu: abschließen, zufrieden geben, weitermachen.







13. NÄCHSTE SCHRITTE

Es folgte die Reinzeichnung und eine Besprechung. Was nun? Das erste Ziel war erreicht, doch das war nur der erste Schritt gewesen. Schon während des ersten Logos besprachen wir, dass es nach diesem Abschnitt, noch so einiges mehr zu tun gab. Andere Logos, mehr Illustrationen der südtiroler Qualitätsprodukte. Immerhin würden mir nicht mehr hunderte Kühe entgegen blicken, sobald ich meinen Zeichenblock aufschlug.

Also: keine Pause, gleich weiter machen.

14. THEORETISCHES PROJEKTMANAGING

AUSGANGSLAGE

Mit Anfang September trat mein externer Partner an mich heran.

Roby Attisano, Mitbegründer der Designagentur „DeSein“ in Bozen, bat mir die Zusammenarbeit an. Das konnte ich natürlich nicht ablehnen, da ich weiß, wie viel ich bei gemeinsamen Projekten von ihm lernen kann.

Er bringt die Erfahrung und Expertise, welche mir hilft mich in allen Bereichen der Grafik weiter zu bilden – selbst wenn mein Job „nur“ das Illustrieren ist.

Strichstärken, Raumaufteilung, Gewichtung. Alles Dinge, welche beim Illustrieren wichtig sind und sich doch auch auf alle Bereiche des Designs beziehen.

Vor allem bei diesem Projekt, meinem Maturaprojekt, lerne ich diese Regeln und Taktiken kennen. Die Präsentation und Weiterleitung an den Kunden läuft stetig voran. Mit Hilfe des darauf folgenden Feedbacks arbeite ich dann weiter und korrigiere die auffallenden Abweichungen von dem zu erreichenden Ziel.

Es geht um die Illustrationsserie für die Marke „Delicatessen“.

Diese wurde gegründet von Markus Mutschlechner, ein gebürtiger Südtiroler, welcher als Konditor angefangen hat. Seine Eltern besitzen die Bäckerei „Mutschlechner“ in Brixen, welche heute von einem seiner Brüder geführt wird. Markus zog im Jahre 2002 nach Mailand und eröffnete dort seine Ladenkette, welche es sich zum Ziel nahm dem Mailänder die Südtiroler Spezialitäten näher zu bringen.

Nach den Läden, von denen es bald drei gab, kamen Restaurants dazu.

Den Mailändern Südtirol in all seinen Geschmacksnoten näherbringen, so lautet das Ziel.

„Die Mailänder wollen immer eine Marke“, sagt Markus Mutschlechner. „Das ist mir das Wichtigste – eine Marke, ein elegantes Produkt, eine schöne Verpackung.“

2002 designte Roby Attisano das Logo zu dieser Marke. Heute wird es redesignt und mit Illustrationen bereichert. Bei der Sprache, Logobestandteile und Packaging – das sind nur wenige Bereiche, in welcher die Illustrationen aus meiner Hand angewendet werden.

ZIELE

Globalziel:
Die illustrative Bildsprache für das Corporate Design der Marke „Delicatessen“ und dessen
Untermarken erarbeiten und umsetzen.

- Teilziele:
- » Bestandteil des Logos für Spezialitätengeschäft erarbeiten
 - » Dem Endkunden diesen Bestandteil präsentieren
 - » Bestandteil des Logos für Speiseeis-produktion erarbeiten
 - » Bestandteil der Innenarchitektur / Raumgestaltung
für Restaurants erarbeiten
 - » Bestandteil des Packagings für Produkte erarbeiten
 - » Animation zur Geschichte von „Delicatessen“ planen
 - » Animation zur Geschichte von „Delicatessen“ umsetzen

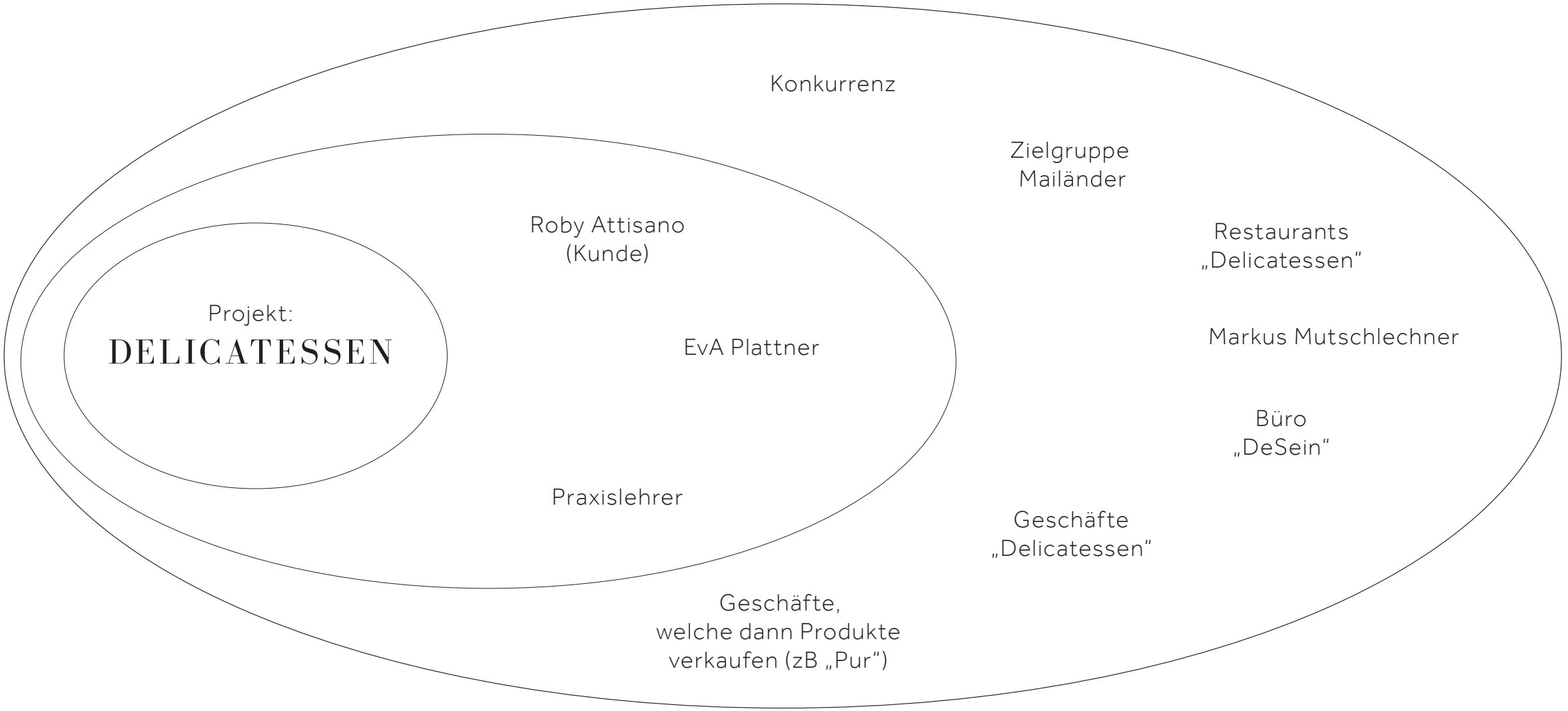
KOSTENPLAN

Ressource	Tätigkeit	Kosten
Frau Professor Seehauser	Korrektion der Rechtschreibung und Gramatik	/
Herr Professor Schönafinger	Korrektion der Gestaltung und des Layouts	/

SWOTANALYSE

	Stärken	Schwächen
intern	> illustrieren auf höherem Niveua > kritikfähig und kann Feedback gut umsetzen	> studieren von verschiedenen Techniken fällt mir schwer > will alles alleine machen > illustriere oft ohne zu denken
extern	> Illus werden in Mailand verwendet > große Masse sieht meine Arbeit > ich lerne viel dazu > ich kann viele Illus anfertigen > kann Animation anfertigen	> wenn Hand verletzt wird, sehr schlecht > Stress kann schnell viel werden > wenn übermüdet kaum arbeitsfähig > muss Zeit nehmen dafür
	Chancen	Gefahren

STEAKHOLDER



PLANUNGSSTRUKTURPLAN UND MEILENSTEINE

PROJEKT-

MANAGMENT

- »Ideenfindung
 - >Brainstorming
 - >Notizen
 - >Inspiration finden
- »Skizzieren der Idee
 - >Skizzieren
 - >Scribbeln
 - >Recherche
- »Feedback
 - >Besprechen der Idee mit aussenstehenden
 - >Kritik annehmen
 - >Korrigieren von Schwachstellen

VORBEREITUNG

- »Kunde
 - >kontaktieren des externen Partners
 - >Briefing
 - >Mitschrift führen
 - >Informationen sammeln
- »Unterlagen
 - >sämtliche Ideen und Infos verschriftlichen
 - >wichtiges festhalten
 - >Überblick verschaffen
- »Werkzeuge
 - >Nötige Mittel anschaffen

PLANUNG

- »Zeit
 - >Termine / Deadlines festlegen
 - >mögliche Risiken beachten
 - >pünktliche Abgaben
- »Rebriefing
 - >Kunden erneut treffen
 - >erste Entwürf vorlegen
 - >Feedback
 - >Umsetzen der Ansprüche

DURCHFÜHRUNG

- »Illustrieren
 - >an Ipad
 - >Korrekturen
 - >flexibel sein
- »andere Kompositionen gestalten
 - >zu anderen Sortimenten
 - >andere Motive
- »ständige Rücksprache mit Kunden

ABSCHLUSS

- » Reinzeichnung
- » Digitalisierung
- » Vektorisierung
- » Integrierung in Grafik und Layout
- » Präsentation vor Endkunden

BILDSPRACHE

DELICATESSEN

CONTROLLING

A - Formale Daten	vorhanden	teilweise vorhanden	nicht vorhanden
Projekttitel	X		
Leitung	X		
Team & Beteiligte	X		
Schule	X		
Ziele (Global- und Teilziele)	X		
Ausgangssituation und Rahmenbedingungen	X		
Projektidee			
Dauer	X		
Ergebnisse	X		
Anmerkungen			

B - Projektstrukturplan	vorhanden	teilweise vorhanden	nicht vorhanden
C - Maßnahmenplan			
D - Kostenplan			
E - Gantt-Diagramm / Meilensteinplan			
Projektstrukturplan (inklusive Arbeitspakete, Meilensteine, Vollständigkeit, Nachvollziehbarkeit, realistisch)	X		
Maßnahmenplan (Wer, wann, wie, womit)	X		
Kosten-Ressourcenplan (wenn Kosten entstehen)	X		
Gantt-Diagramm (PSP-Code) / Netzplan	X		
Anmerkungen			

F - Inhalt und Ablauf	vorhanden	teilweise vorhanden	nicht vorhanden
Beschreibung der inhaltlichen Tätigkeit und des chronologischen Ablaufs	X		
Anmerkungen			
G - Controlling			
Kosten	X		
Zeit	X		
Ressourcen	X		
Ziele	X		
Anmerkungen			
H - Reflexion			
Was haben wir daraus gelernt?	X		

GANTT-DIAGRAMM

	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April	Mai
Ideenfindung & Konzeptionieren									
Planung, Style, & Komposition									
Umsetzung, von Skizzen zu Rein									
Planung nächster Schritte									
Skizzieren mit Rücksprache									
Umsetzung der nächsten Schritte									
Abschluss & letzte Korrekturen									
Abschluss des Projektes									

TÄTIGKEITSJOURNAL

VERSCHIEDENES // BÜRO

01/09/–19/10/2020

Seit Anfang September arbeiten Kunde Roby Attisano und ich ständig am Projekt, von zuhause oder im Büro meines Ansprechpartners.

Dort tauschen wir Feedback aus, besprechen das Projekt und arbeiten eifrig daran weiter.

Anfang September befanden wir noch am Anfang.

Die Komposition wurde erarbeitet und immer wieder aufs neue korrigiert.

Der Stil musste gefunden werden, die gewollten Werte verdeutlicht werden.

Mit den zwei Monaten, in denen wir uns öfter getroffen haben, kamen wir gut voran. So können wir heute davon ausgehen, dass die bestehende Komposition, die richtige ist, der Stil umgesetzt werden kann und die gewollte Message vermittelt wird.

Es gibt noch einige Punkte an denen wir feilen, doch das sollte sich bald zum positiven entwickeln.

FEEDBACK // BÜRO

19/10/2020

Heute arbeite ich im Büro meines Kunden am Projekt weiter. Wir besprechen die entstandenen Illustrationen und entscheiden was fehlt bzw. zu bemängeln ist.

Darunter:

» Strichstärke

» Traktor Position

So lange ich im Büro tätig war, fertigte ich die Illustrationen an und holte mir Feedback ab, sobald ich etwas korrigiert habe.

ILLUSTRIEREN // ZH*

23/10/2020

Ich arbeitete allein weiter, indem ich an meinem Ipad die Illustrationen mit den nötigen Korrekturen anfertigte.

Zu den zu korrigierenden Stellen gehörte: Hütte, Traktor, Himmel.

Es gilt noch immer viel zu studieren und verschiedene Methoden kennenzulernen. Vor allem der Bereich „Wald“ ist noch eine Problemzone in der jetzigen Illustration und Komposition.

* ZH = Zuhause

FEEDBACK // BÜRO

27/10/2020

Heute arbeite ich im Büro meines Kunden am Projekt weiter. Wir besprechen die entstandenen Illustrationen (ca. 8 Stück) und entscheiden was fehlt bzw. zu bemängeln ist.

Darunter:

- » Halbkreis muss bis unten verlaufen
- » Traktor brauch mehr Charakter
- » Traktor weiter weg vom Haus
- » Boden soll auslaufen

So lange ich im Büro tätig war, fertigte ich die Illustrationen an und holte mir Feedback ab, sobald ich etwas korrigiert habe.

ILLUSTRIEREN // ZH

30/10–02/10/2020

Am 30. Oktober hatte ich während der Schulstunden einen Videocall mit meinem Kunden.

Er gab mir Feedback, bei welchem mir dann auch Herr Professor Lobis witergeholfen hat.

Mit dem Feedback habe ich in der Schule noch recherchiert und

verschiedene Aspekte der Illustration studiert (Strichstärken, Felder, Dimension, etc.)

Am folgenden Wochenende setzte ich das Feedback um und bracht auch eigene Ideen unter,

um optische Löcher zu füllen (Positionierung des Berges im Hintergrund)

Am Montag, 02. November, schickte ich die Illustrationen dem Kunden.

ILLUSTRIEREN // BÜRO

05/11–06/11/2020

Am 4. November rief mich mein Kunde an und wir besprachen die letzten Illustrationen.

Die neuen Studien waren unnötig, wir bleiben bei der festgelegten Komposition.

Am 5. arbeitete ich im Büro, besprach mit dem Kunden erneut die Illustrationen und was

umgesetzt werden musste. Dabei verwieß er auf ein leerreiches Video,

dessen Hinweise ich befolgen sollte:

<https://www.youtube.com/watch?v=EbSCo0PFcmM>

Auch am 6. November bin ich im Büro tätig. Laut Kunden fehlen nur nich wenige Schritte,

um die Illustration dem Endkunden zu präsentieren.

KOMMUNIKATION // ZH

16/11/2020

Am 16. November rief ich meinen Auftraggeber an und beriet mit ihm die Lage. Da er die „fertige“ Version des ersten Logobestandteils besitzt, wird er es dem Endkunden präsentieren.

Da dieser zur Zeit verhindert ist, heißt es warten.

Inzwischen beginne ich mit den Illustrationen für die Restaurants in Mailand.

Diese werden im Inneren des Lokals als Dekoelement zur Anwendung kommen.

Dabei handelt es sich um Illustrationen eines Hirschs und eines Berges.

KORREKTUREN // ZH

25/11/–01/12/2020

Die Illustration wird nochmals korrigiert und anschließend dem Kunden geschickt.

Unter anderem wurde die Waldfläche, Kuhglocke und die Schattierung bearbeitet.

Innerhalb der nächsten Woche informiert mich mein Kunde, dass er die Präsentation gehalten hat und der Endkunde sehr zufrieden damit ist. Es ist jedoch noch nicht die Reinzeichnung, womit noch ein paar Korrekturen folgen werden.

KOMMUNIKATION // ZH

01/12/–21/12/2020

Die Präsentation ist geglückt, der Endkunde war zufrieden.

Inzwischen setze ich noch die letzten Korrekturen um und fertige die endgültige Reinzeichnung an. Diese wird in Adobe Illustrator vektorisiert und dem Kunden am 07. Dezember zugeschickt.

Am 14. Dezember melde ich mich bei meinem Kunden und erkundige mich nach neuen Informationen und Plänen für Motiven.

Die einzelne Elemente sollen stärkeren Logocharakter bekommen, doch nur als Studie und als Probe. Am besten arbeitet man als nächstes an der Eis-Komposition weiter. Dann der Hirsch. Dabei soll stets der gegebene Stil beibehalten werden - kein Stilbruch!

VERSCHIEDENES // ZH

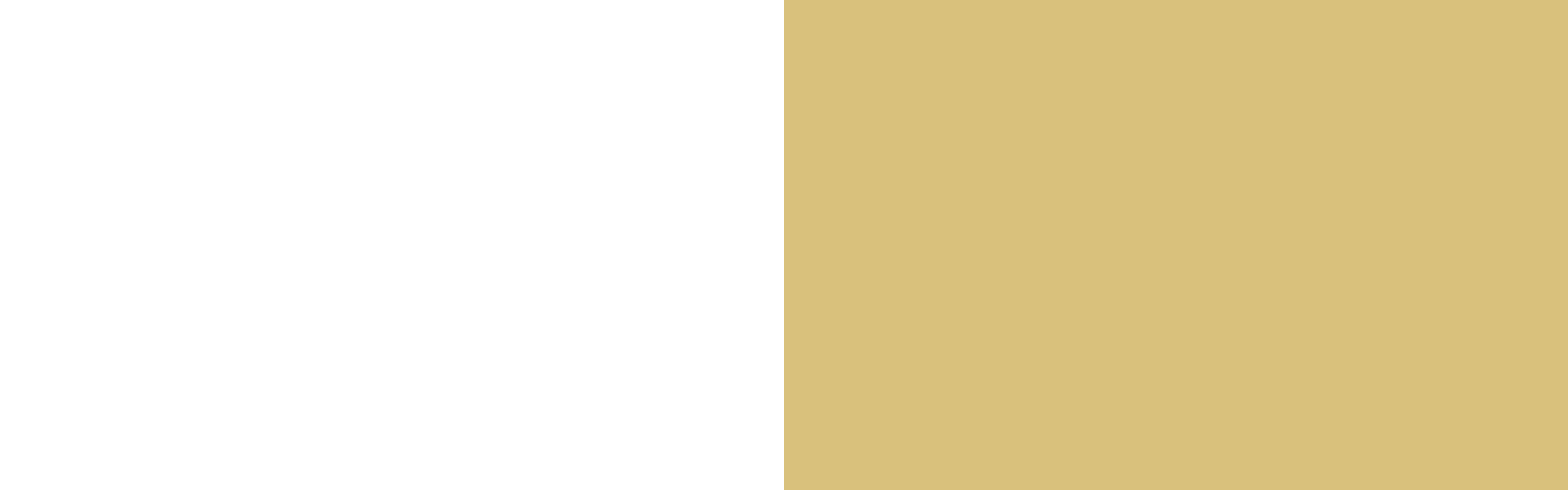
21/12/–31/05/2021

Die Reinzeichnung wurde abgegeben und als gut befunden, damit ist der erste Teil geglückt und erfolgreich abgeschlossen!

Es werden weitere Ideen für Illustrationen gesucht. Verschiedene Motive mit südtiroler Charakter. Ziel: Qualität, Tradition, gute Küche / Produkte widerspiegeln.

Zusätzlich wird für die Schule das Projektbuch angelegt und gestaltet sowie stets Kontakt mit dem Kunden gehalten.





DON'T TRY TO BE ORIGINAL, TRY TO BE GOOD