

Erfolgreich positionieren

mit Cartoons

Portfolio

Sympathie-Figur

Weißer Tiger. Auftrag über Agentur, Dienstleistungsbranche



Character-Briefing

Kunde:

Waschanlagen, VR China

Marketing-Ziele:

Entwicklung einer Sympathiefigur, die den freundlichen Service symbolisiert:

- Hoher Wiedererkennungswert
- Sympathie
- Persönliche Ansprache

Zielgruppe(n):

- Privatkunden
- Geschäftsleute, die einen kompetenten Service erwarten

Sonstiges:

Die Illustration soll für viele Medien einsetzbar sein, kostengünstig zu produzieren und beliebig skalierbar (von Display bis Lieferwagen), später als Give-Away oder Merchandising-Artikel

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

einladend, freundlich, ehrlich, einsatzbereit, flexibel, sympathisch, jemand, dem man gerne Arbeiten anvertraut, vertrauenswürdig, kompetent

Lösungsansätze:

Dick und freundlich soll er sein, das schafft Vertrauen. Dieser Typ kann zupacken und ist belastbar.

Technische Bedingungen / Einsatzmöglichkeiten:

Vektorgrafik, da sie beliebig skalierbar ist und jederzeit für alle Druckverfahren sowie elektronische Medien aufbereitet werden kann.

Sympathie-Figur

Justus, der „Schlauradler“ - Figur für die Verkehrserziehung (Fahrradführerschein)
Ab Herbst 2014 in bayerischen Schulen, geplant ist auch eine bundesweite Verteilung



Character-Briefing

Kunde:

Polizei-Medien + Polizeichor, Nürnberg

Marketing-Ziele:

Neu-Entwicklung der Figur „Justus“ - ein Fuchs als Polizist, der den Kindern die Verkehrsregeln nahebringt und als „Freund und Helfer“ zur Seite steht.

Zielgruppe(n):

- Kinder im 3. und 4. Schuljahr

Sonstiges:

Die Figur trägt bereits die neue Uniform in Blau

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

einladend, freundlich, vertrauenswürdig, kompetent. Der gute Freund der Kinder, der sympathisch das richtige Verhalten im Straßenverkehr erklärt.

Einsatzgebiete:

In verschiedenen Illustrationen werden die wichtigsten Verkehrssituationen dargestellt, Justus ist dabei und zeigt den Kindern, wie sie sich verhalten sollen.

Technische Bedingungen / Einsatzmöglichkeiten:

Für alle Medien geeignet

Sympathie-Figur

Motorspule als Werbefigur für Mailingaktion zur FIFA WM 2014



Character-Briefing

Kunde:

DSW-Elektronik, Weisendorf

Marketing-Ziele:

Ein Produkt der Firma, (Spule für Antriebstechnik) soll als sympathischer „Fußball-Fan“ die Aussage „Made in Germany“ verdeutlichen.

Zielgruppe(n):

- Kunden der Firma
- Neukunden (Mailing-Aktion)

Sonstiges:

Später soll die Figur auch ohne WM-Bezug für DSW und „Made in Germany“ stehen.

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

Witzig, aufmerksamkeitsstark, sympathisch, ungewöhnlich im Technik-Umfeld, soll den Empfänger zum Schmunzeln bringen

Einsatzgebiete:

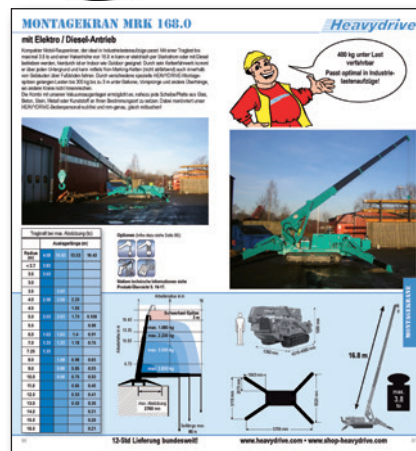
Zuerst als Mailingbeilage, später in unterschiedlichen Medien

Technische Bedingungen / Einsatzmöglichkeiten:

Für alle Medien geeignet

Sympathie-Figur

Der Problemlöser auf der Baustelle.
Firma: Heavydrive, Vermietung und Verkauf von Spezial-Bau-Geräten weltweit



Character-Briefing

Erfolgreich positionieren

mit Cartoons

Branche:

Heavydrive® GmbH - Vermietung und Verkauf von Spezialbaugeräten weltweit

Marketing-Ziele:

Entwicklung einer Sympathiefigur, die den Problemlöser symbolisiert:

- Hoher Wiedererkennungswert
- Sympathie
- Persönliche Ansprache
- für jede knifflige Aufgabenstellung die richtige Lösung parat
- einer, der anpackt

Zielgruppe(n):

- Bauherren,
- Architekten,
- Montagebetriebe

Sonstiges:

Die Illustration soll den patenten Problemlöser symbolisieren, der für jede Aufgabe das passende Spezialgerät bietet. Als Partner auf der Baustelle ist er immer präsent. Im Katalog stellt er die wichtigsten Produkt-Features vor.

Zunächst konzipiert in 3 verschiedenen Posen, soll die Figur im Laufe der Zeit weiterentwickelt werden (z.B. Animation)

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

kompetent, freundlich, ehrlich, einsatzbereit, flexibel, sympathisch, jemand, der einem zur Seite steht, vertrauenswürdig,

Lösungsansätze:

Dick und freundlich soll er sein, das schafft Vertrauen. Dieser Typ kann zupacken und ist belastbar.

Sympathie-Figur

„Frank Solar“, Sympathiefigur für Photovoltaik-Großhandel Frankensolar



Imagefilm mit Zeichentrick-Animation



Werbemittel



Character-Briefing

Kunde:

FR Frankensolar GmbH – Photovoltaik Großhandel weltweit

Marketing-Ziele:

Entwicklung einer Sympathiefigur, die die Botschaft und die Inhalte von Frankensolar transportiert. Die Figur soll auch den Endverbraucher ansprechen und als Werbefigur für den Fachhandel eingesetzt werden:

- Hoher Wiedererkennungswert
- Sympathie
- Persönliche Ansprache
- setzt sich für eine saubere Zukunft ein
- erklärt wichtige Zusammenhänge

Zielgruppe(n):

- Fachhändler,
- Bauherren, Hausrenovierer
- Umweltbewusste Bürger

Sonstiges:

Frank Solar wurde zunächst als Figur für die Aktion "Energiewende – jetzt erst recht" gestaltet. Zwischenzeitlich wird sie zusätzlich in Form von Werbemitteln bei der Endkunden-Werbung eingesetzt. Auf der Messe Intersolar 2012 in München wurde sie als Zeichentrick-Figur animiert und führte durch einen ausführlichen Imagefilm des Unternehmens

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

kompetent, freundlich, sympathisch, jemand, umweltbewusst, vertrauenswürdig,

Lösungsansätze:

Frank Solar ist der Experte für Erneuerbare Energien. Durch seine frische jugendliche Art wirkt er modern und kompetent.

Technische Bedingungen / Einsatzmöglichkeiten:

Als einzelne Figur eher malerisch gestaltet, im Zeichentrickfilm vereinfacht als Vektor.

Sympathiefigur

Beispiel: „Miet-Hausel“,
mobiler Hausmeisterservice



Character-Briefing

Erfolgreich positionieren

mit Cartoons

Branche:

„Miet-Hausel“ - Mobiler Hausmeister-Service
(„Hausel“ ist die liebevolle Bezeichnung für einen Hausmeister; in Bayern gebräuchlich)

Marketing-Ziele:

Entwicklung einer Sympathiefigur, die den mobilen Hausmeister-Service symbolisiert:

- Hoher Wiedererkennungswert
- Sympathie
- Persönliche Ansprache

Zielgruppe(n):

- Klein- und mittelständische Unternehmen, die zwar Bedarf, aber keinen eigenen Hausmeister haben
- Vermieter mit größeren Objekten, die Flexibilität brauchen
- Privathaushalte
- Alle Unternehmen, zur Urlaubsvertretung oder zum Abfangen von Spitzen

Sonstiges:

Die Illustration soll für viele Medien einsetzbar sein, kostengünstig zu produzieren und beliebig skalierbar (von Bekleidung bis Lieferwagen)

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

Eindeutig als Handwerker zu erkennen, immer freundlich, einsatzbereit, flexibel, sympathisch, jemand, den man gerne in sein Haus lässt, vertrauenswürdig, kompetent

Lösungsansätze:

Der Werkzeugkasten als Symbol des kompetenten Handwerkers dient als Grundlage für die Entwicklung der Figur. Die Figur „zaubert“ das jeweils passende Werkzeug aus dem Kasten.

Technische Bedingungen / Einsatzmöglichkeiten:

Vektorgrafik, da sie beliebig skalierbar ist und jederzeit für alle Druckverfahren sowie elektronische Medien aufbereitet werden kann.

Sympathie-Figur

LED-Röhre



Kunden-Feedback:

„Eine LED-Röhre als Sympathie- und Werbe-Figur umzusetzen - so meine Vorgabe - ist sicher keine einfache Aufgabe. Frau Schmalfeld hat die Problemstellung jedoch souverän gelöst. Anfangs wusste ich eigentlich auch nicht ganz genau, was ich eigentlich wollte, und so ergab sich dann über die verschiedenen Entwurfs-Stufen eine rege Korrespondenz. Die Figur entwickelte sich in einem spannenden Entstehungsprozess genau zu ‚meiner‘ Figur.“

Die Idee ‚Tuby‘ durchbrechen zu lassen, symbolisiert genau das, was ich meinen Kunden biete: mit neuen Mitteln die Energiekosten senken! Fazit: ich kann Frau Schmalfeld mit ihren positoons® jederzeit empfehlen! Die Figuren zaubern einfach ein Lächeln auf die Lippen.“

Character-Briefing

Branche:

Energie-Beratungs-website

Marketing-Ziele:

Die Sympathiefigur soll als Blickfang das eher technische Thema symbolisieren.

Zielgruppe(n):

B2C

Sonstiges:

Es wurden verschiedene Posen und Gesichter getestet. Diese visualisiert den „Energie-Durchbruch“ am besten.

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

Nett, frisch, cartoonig

Lösungsansätze:

Die Figur wurde als Vektorgrafik angelegt, um sie in allen Medien und allen Größen einsetzen zu können. (Auch als Motiv für Kleidung z. B.)

Sympathie-Figur

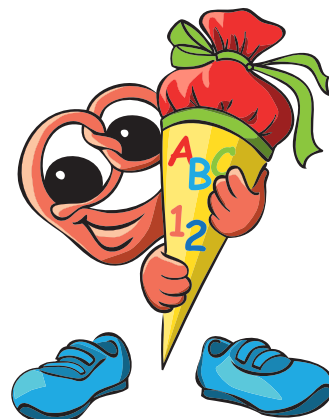
Eine Brezel für die Café- und Bäckereikette „Trölsch“



Als Signet für eine Gesundheits-Aktion



Als Figur in einem Info-Buch



Als Tortenmotiv

Kunden-Feedback:

„Frau Schmalfeld entwarf für unseren Kunden Trölsch, Bäckerei, Konditorei, Café eine Sympathiefigur: Eine kleine Brezel, die wir Dank ihres netten Lächelns und ihrer großen Augen, sofort ins Herz geschlossen haben.“

Als Bäcker-Brezel mit Schieber, mit Schultüte für die Erstklässler oder mit Turnschuhen ausgestattet, kann sie in verschiedene Rollen schlüpfen, mittels Sprechblase wichtige Informationen transportieren.

Besonders beliebt ist sie bei Kindern, die oft zu Besuch in den Bäckereibetrieb kommen. Eine gelungene Arbeit – gerne wieder.“

Character-Briefing

Branche:

Bäckerei, Konditorei und Café

Marketing-Ziele:

Entwicklung einer Sympathiefigur mit hohem Wiedererkennungswert, die die Branche und speziell das Unternehmen symbolisiert.

Zielgruppe(n):

Mitarbeiter und Kunden der Bäckereien und der Cafés
Schüler (bei Führungen)

Sonstiges:

Zunächst als Signet für eine Gesundheits-Aktion für Mitarbeiter konzipiert, wurde die Figur auch auf andere Bereiche des Unternehmens, wie Veröffentlichungen und als Tortenmotiv, ausgedehnt. Dabei wurde die Figur mit den entsprechenden Accessoires ausgestattet.

Die Brezel wird damit zum visuellen Erkennungszeichen des Unternehmens.

Character-Steckbrief (Lösung)

Eigenschaften:

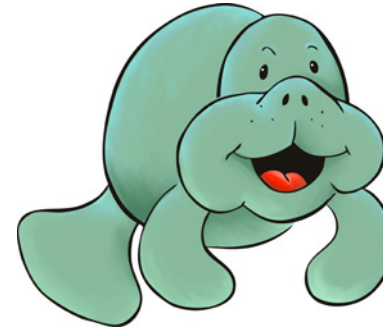
Nett, freundlich, sympathisch, mit viel Bäckerei-Know How.

Lösungsansätze:

Die Figur wurde als Vektorgrafik angelegt, um sie in allen Medien und allen Größen einsetzen zu können. (Auch als Motiv für Kleidung z. B.)

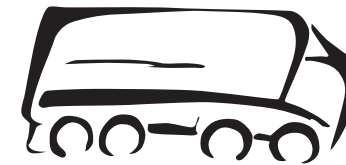
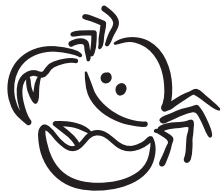
Sympathiefiguren im Comic-Stil

Auswahl verschiedener Charaktere. Stil und Ausführung werden je nach Einsatzgebiet und Marketingziel festgelegt.



Illustrationen im Piktogramm-Stil

Auswahl verschiedener Motive. Stil und Ausführung werden je nach Einsatzgebiet und Marketingziel festgelegt.



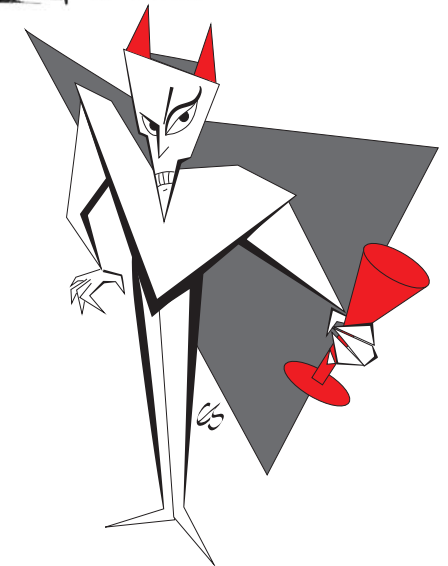
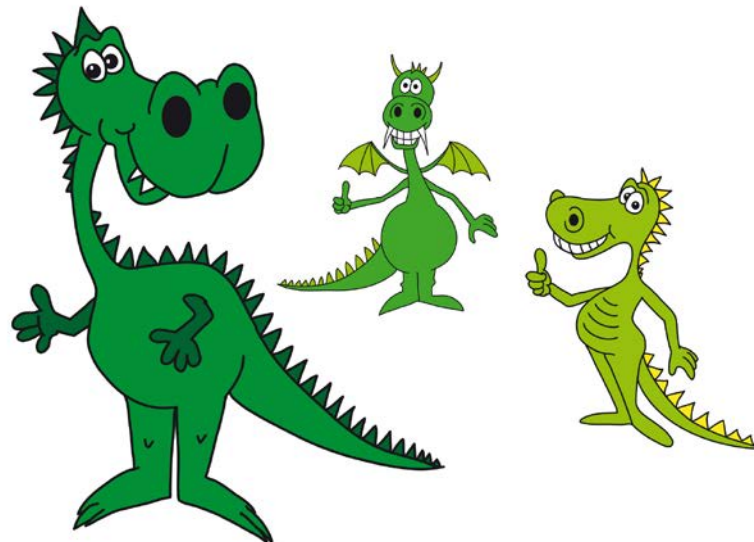
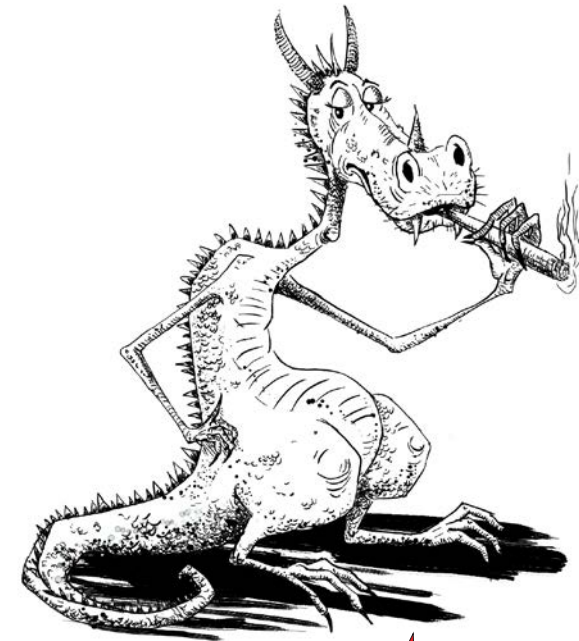
Sternzeichen

Tanz / Sport

KFZ

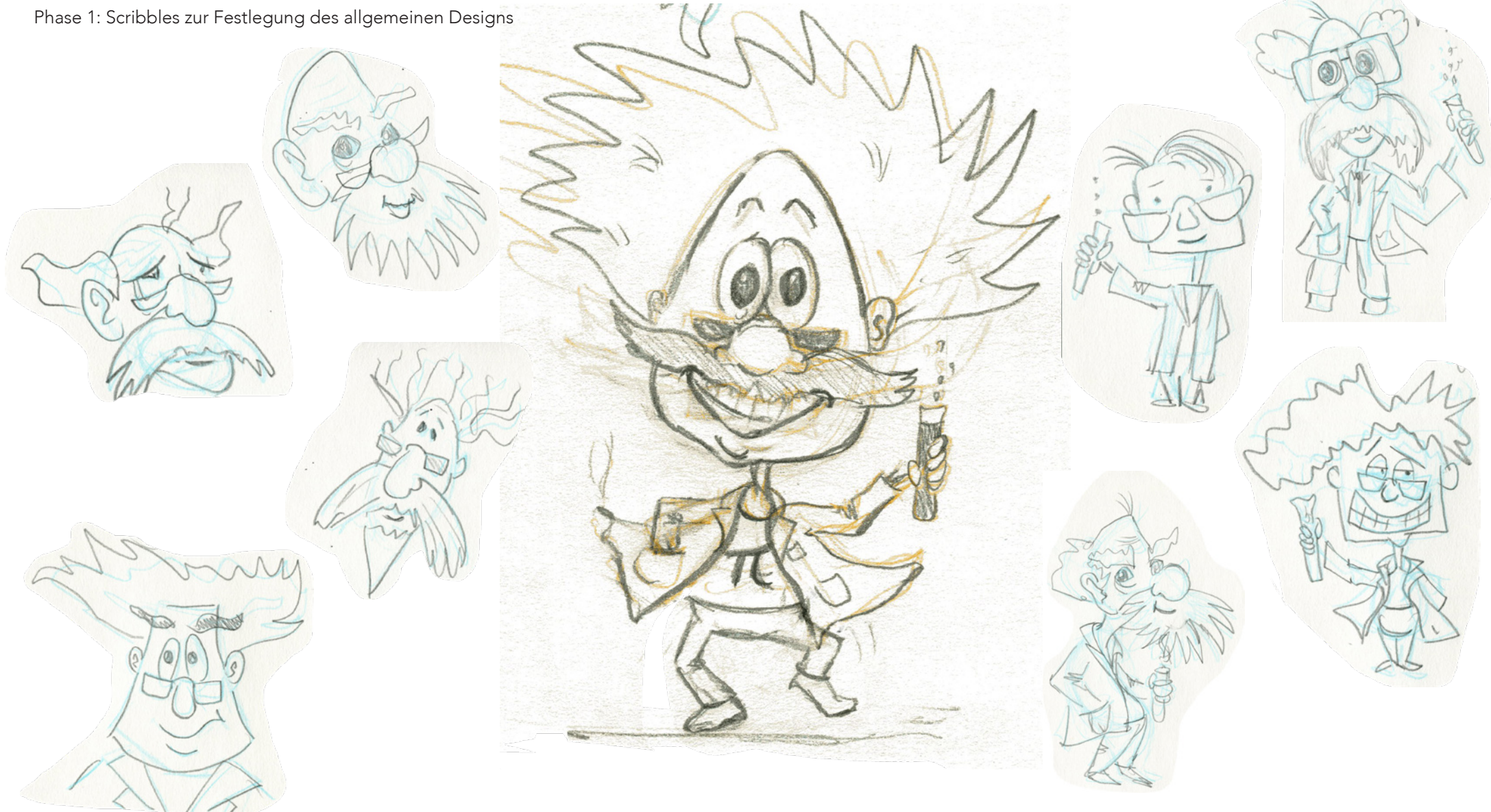
Verschiedene Stile

Auswahl verschiedener Stilrichtungen.
Weitere Stilrichtungen sind natürlich auf Wunsch gerne möglich.



Character Design

Phase 1: Scribbles zur Festlegung des allgemeinen Designs



Character Design

Phase 2: Entwurf von Mimik und Posen

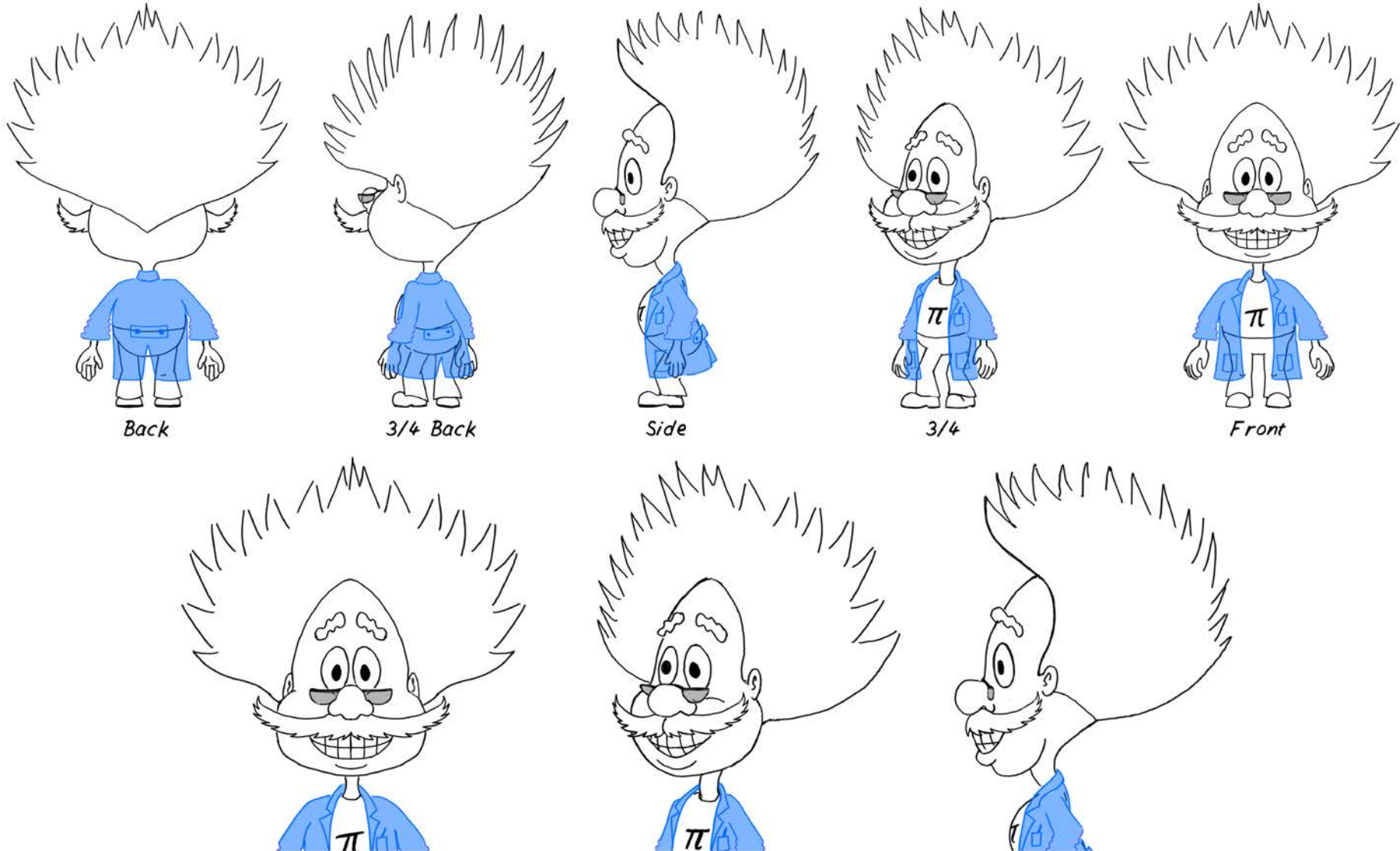


BOOM



Character Design

Phase 3: Turnaround für 3D Modelling



Character Design

Ausgeführte Illustration



Character Design / Karikatur

Freies Projekt. Cartoons zum Thema „Jahr der Kunst 2012“, Geschichten und Geschichte rund um Franken.



Erfolgreich positionieren mit Cartoons



Presse

Wenn der Hering in Bio heißen Tee trinkt

Teil 5 der Serie „Lernen lernen“: Dank der Silbentechnik keine Begriffe mehr verwechselt

In der 5. Folge unserer Serie „Lernen lernen“ geht es um die Silbentechnik mit der ihr euch anderen und schnell schwere Begriffe merken könnt.

Schon mal etwas von heterotroph und autotroph gehört? Nein? Dann gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder ihr habt die Begriffe vergessen (soll ja nicht durchkommen) oder ihr habt sie noch nicht durchgenommen. Das ist bei vorverkommenen Begriffen am Gymnasium. Mit jeder Menge Fremdwörter, Kohlenstoff aus organischen Molekülen zum Zellaufbau, autotrophe Lebewesen kommen mit Kohlenstoff aus anorganischen Molekülen aus.

Als Erstes müsst ihr eure Lern-Beifolge lesen: zuerst das Fremdwort, dann die deutsche Bedeutung, oder andersherum wichtig ist, dass die Rechtschreibung richtig ist, auch so das Fremdwort nicht überhand nimmt, an, alle ob ihr überhaupt keinen Zertifikat hat, was es bedeutet, Zertifikat

LERNEN lernen

das Wort in kleinere Teile, zum Beispiel in Silben. Zu diesen Wortteilen braucht ihr jetzt Assoziationen, also gefällige Verknüpfungen. Das kann in obigem Fall folgendermaßen gehen:

he - te - ro - troph

Dass das Wort jetzt in seine wirklichen Silben aufgeteilt ist, ist seiner Zufall. Es könnte auch het-er-o-troph aufgelöst werden - je nachdem, zu welchen Wortbestandteilen euch die besten Assoziationen einfallen.

Assoziationen zu diesem Wort könnten beispielsweise sein: **Hering - Tee** (rot - Tropfen (ein Pokal) Jetzt muss das Gehirn wieder kreativ werden und es gilt, sich bildlich (!) eine und ein Bild, sich bildlich) zu den Assoziationen vorzustellen.

Der Hering trinkt Tee. Weil der so heiß ist, wird der Hering ganz rot (steht ihn euch genau vor, man könnte wecheln) und spuckt vor lauter wecheln den Tee in seine Tropfen.

Dass man heterotroph insgesamt nur mit zwei e schreibt, das versteht ihr euch merken. Trotz des Tees. Vertraut eurem Gedächtnis: Es ist ungewöhnlich effizient und unterstützt euch - wenn ihr es richtig liest.

Jetzt fehlt noch die Verknüpfung zum silbentroph, organische Kohlenstoff zum silbentroph (überlegt sich so aufsteife). Der Hering (überlegt sich so arg, dass er seine Organe mit euch spuckt, (Zugegeben, die Geschichte ist etwas eklig, aber ihr könnt sie euch mit Sicherheit gut merken. Wenn der



Kaum zu glauben: Der kotzende Hering hat euch beim Lernen!

Illustration: Elke Schmalfeld

ren Lehrer zum Spickzettel

nen lernen“: Bei der Memotechnik ist Körperersatz gefragt

Spickzettel, festgelegt und geadressiert vor merkt die Lösung! Unserer sie auch Techni-

Das können folgende sein:

1. Haare
2. Gesicht
3. Hals
4. Schultern
5. Brust
6. Bauch
7. Hüfte
8. Oberschenkel
9. Knie
10. Ellbogen

Prüft euch diese Route fest ein, damit ihr automatisch wisst, welcher Punkt nach dem anderen kommt. Hilfreich ist auch, wenn ihr euch die Nummerierung merkt. Stellt euch zum Beispiel vor, dass auf euren Schultern ein Auto kreist - Auto steht für die 4. Oder dass auf eurem Oberschenkel eine Spinnweb (für die 8) entlangkriecht.

Habt ihr die Route intus, kommen die zu verknüpfenden Begriffe hinzu. Nehmen wir als Beispiel einundzwanzig Bundespräsidenten der Bundesrepublik Deutschland. Das waren in chronologischer Reihenfolge von 1949 bis 1979 die Herren Heuss, Lübke, Heiler und Herr Scheel? Könnte an eure Schultern (4) geblenden. Macht genauso mit den anderen. Bundepäsidenten weiter: Route einbild in die Route einfügen. Welche Punkte ihr für die Route nehmt, bleibt euch überlassen. Wichtig ist nur, dass ihr gleiche Organe oder Körperteile nur einmal besetzt.

Wenn ihr die Hände in eure Route aufnimmt, dann als einen Punkt: rechte und linke Hand. Somit kommt ihr am besten durcheinander, mit welcher Hand ihr einen Begriff verknüpft



Illustration: Elke Schmalfeld

LERNEN lernen

merisierung merkt. Stellt euch zum Beispiel vor, dass auf euren Schultern ein Auto kreist - Auto steht für die 4. Oder dass auf eurem Oberschenkel eine Spinnweb (für die 8) entlangkriecht.

Habt ihr die Route intus, kommen die zu verknüpfenden Begriffe hinzu. Nehmen wir als Beispiel einundzwanzig Bundespräsidenten der Bundesrepublik Deutschland. Das waren in chronologischer Reihenfolge von 1949 bis 1979 die Herren Heuss, Lübke, Heiler und Herr Scheel? Könnte an eure Schultern (4) geblenden. Macht genauso mit den anderen. Bundepäsidenten weiter: Route einbild in die Route einfügen. Welche Punkte ihr für die Route nehmt, bleibt euch überlassen. Wichtig ist nur, dass ihr gleiche Organe oder Körperteile nur einmal besetzt.

Wenn ihr die Hände in eure Route aufnimmt, dann als einen Punkt: rechte und linke Hand. Somit kommt ihr am besten durcheinander, mit welcher Hand ihr einen Begriff verknüpft

früht euch, was man sich mit dieser Zeichnung bloß merken soll? Ganz einfach: die Bundespräsidenten. Sie verstecken sich am Hals, im Mund und Schall und unter den Haaren!

Und Herr Scheel? Könnte an eure Schultern (4) geblenden. Macht genauso mit den anderen. Bundepäsidenten weiter: Route einbild in die Route einfügen. Welche Punkte ihr für die Route nehmt, bleibt euch überlassen. Wichtig ist nur, dass ihr gleiche Organe oder Körperteile nur einmal besetzt.

Wenn ihr die Hände in eure Route aufnimmt, dann als einen Punkt: rechte und linke Hand. Somit kommt ihr am besten durcheinander, mit welcher Hand ihr einen Begriff verknüpft

Das ganze erste Schulhalbjahr nicht Gedächtnisstrainerin Julia Hayn (www.die-gedachtnisstrainerin.de) hat euch die zwei Wochen Lerntips auf die Extra-Schulblätter. Alle Beiträge der Serie findet ihr gesammelt auf unserer Website: www.szenenextra.de und auf www.die-gedachtnisstrainerin.de

Früher war kein Lateinbuch vor ihrem Stift sicher

Illustratorin und Grafikerin Elke Schmalfeld entwirft auch Cartoons und Comics — unter anderem über Dürer

Buntstift und Papier waren schon als kleines Mädchen ihre liebsten Spielsachen: Später hat sich Elke Schmalfeld mit einer eigenen Werbeagentur selbstständig gemacht und arbeitet auch als Comic-Zeichnerin. Mit „Pip und das Geheimnis von Whitty“ war sie kürzlich in der Münchner Ausstellung „HAH! Held - Antiheld - Heroes“ vertreten.

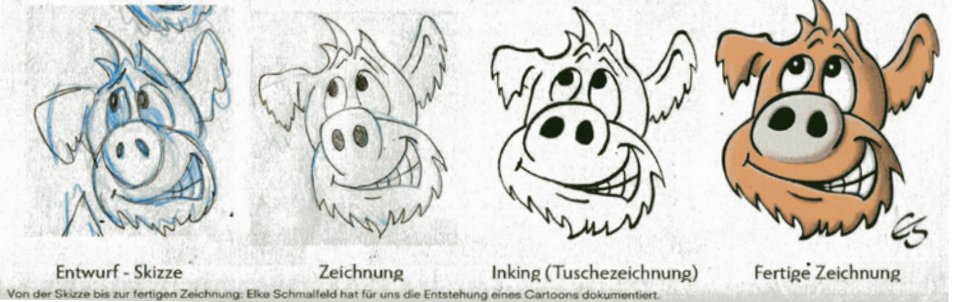
Lateinbücher waren nie sicher vor Elke Schmalfelds kreativen Ausbrüchen. Die gebürtige Nürnbergerin kritzelte munter in den Schulunterlagen herum. Vermutlich nicht gerade zur Freude der Lehrer. Doch die heute 48-Jährige zeichnete schon immer gern. Ihre Tante, die in einem Trickfilmstudio in Berlin arbeitete, brachte ihr die Welt des Zeichnericks näher. „Lucky Luke, Donald Duck, Fix und Foxi, das waren damals meine Helden“, sagt Elke Schmalfeld.

Als junges Mädchen hatte Schmalfeld noch eine andere Leidenschaft: „Da ich auch sehr gerne fotografiert und in der Dunkelkammer meines Vaters die ersten Schwarzweißbilder selber entwickelt habe, war mein Berufswunsch ganz klar: Zeichnen und Fotografieren - am liebsten beides!“ Doch es sollte noch ein längerer Weg werden, bis Elke Schmalfeld tatsächlich Comics entwarf.

Zunächst absolvierte sie eine Ausbildung zur Fotografin und arbeitete



Elke Schmalfeld in ihrem Büro in der Rosenau. Foto: Roland Fengler



Von der Skizze bis zur fertigen Zeichnung: Elke Schmalfeld hat für uns die Entstehung eines Cartoons dokumentiert.

Artikel in den Nürnberger Nachrichten

Illustrationen im Auftrag der Nürnberger Nachrichten

Profil Elke Schmalfeld

Kontakt

Wolliner Straße 8
90522 Oberasbach
Tel: 0911 - 741 72 42
Mobil: 0170 - 31 42 115
schmalfeld@positoons.de

Im Web

Marketing + Kommunikation: www.schmalfeld.de

Werbe-Illustration: www.positoons.de

Xing: www.xing.com/profile/Elke_Schmalfeld

Spezialgebiet positoons®:

Sympathie-Figuren, Illustrationen und Werbe-Cartoons (Eigene Marke positoons®)
Maskottchen, Zeichentrickfilme, Cartoon-Animation





Berufliche Stationen

Seit 1999	Freiberufliche Tätigkeit als Grafikerin, Illustratorin und freischaffende Künstlerin
1996 - 1999	Werbe- und Marketingleiterin bei der GfGE mbH, Burbach, Westf.
1993 - 1996	Werbe- und Marketingleiterin bei ATEX GmbH & Co KG, Grafenau
1987 - 1993	Freiberufliche Mitarbeiterin in verschiedenen Werbeagenturen

Aus- und Weiterbildung:

2013	Masterclass „Character Design for Animation and Production“ CGMA California bei Zeichnern von Pixar und Dreamworks
2013	Weiterbildung Corporate Brand Manager (BAW)
2011-2012	Weiterbildung BAW Sommerakademie München
2010	Studium zum Cartoon & Comic Artist
2002 - 2003	berufsbegleitendes Kunststudium an der Akademie Faber-Castell, Stein
1992 - 1993	Studium Kommunikationswirt (BAW) in Nürnberg
1984 - 1987	Ausbildung zur Industrie- und Werbefotografin

Sonstige Auszeichnungen / Stipendium / Auslandserfahrungen :

- Künstlerstipendium „Mecklenburg inspiriert“ 2009
- Deutsche Meisterin im Irish Dance 2003 (Gruppe) und 2004 (Formation)
- Cambridge Certificate of Proficiency
- mehrmonatiger Aufenthalt in London, mehrwöchige Aufenthalte in England, Irland und Schottland



Erfolgreich positionieren

mit Cartoons

Über eine Zusammenarbeit würde ich mich sehr freuen.

Bitte kontaktieren Sie mich unter

Elke Schmalfeld

Wolliner Straße 8
90522 Oberasbach
Tel: 0911 - 741 72 42
Mobil: 0170 - 31 42 115
schmalfeld@positoons.de