Brand University of Applied Sciences

Nachhaltige Alternative für Aquarien

BACHELORARBEIT

Kerstin Huber
15218350

Brand Design
19. Juli 2024

Betreuer: Tilo Göbel
Zweitprüfer: Prof. Michael Jonas

ABSTRACT

In einer Welt, in der die Technologie immer weiter voranschreitet, bietet die Ausstellung „ORCA SPHERE“ eine faszinierende neue Perspektive auf den Schutz von Orcas. Das Thema der vorliegenden Arbeit ist die Entwicklung einer immersiven Ausstellung und dem dazugehörigen Branding.

Die Ausstellung präsentiert animatronische Orcas als Alternative zu echten Orcas in Gefangenschaft. Die immersive Gestaltung der Räume, unterstützt durch Projektionen und Soundeffekte, schafft eine realistische Unterwasserwelt, die den Besuchern ein einmaliges Erlebnis bietet. Damit dieses Konzept bei den Besuchern einen positiven Eindruck hinterlässt, wird die menschliche Wahrnehmung und dessen Einfluss auf das Design erforscht. Mit diesem Wissen werden die Gestaltungselemente perfekt an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst.

Ein weiterer zentraler Bestandteil der Arbeit ist die Ausarbeitung einer Markenstrategie für die „ORCA SPHERE“. Diese ist entscheidend für einen konsistenten Markenauftritt, was wichtig für ein professionelles Auftreten einer Marke ist.

Der Hauptteil der Arbeit ist die Gestaltung des Brandings, einschließlich der visuellen Gestaltungselemente wie Poster, Flyer, Tickets und Merchandising Produkten. Diese Elemente tragen dazu bei, das Erlebnis zu verstärken und die Botschaft der Ausstellung effektiv zu kommunizieren.

VORWORT

Ich bin schon immer fasziniert vom Meer und seinen Bewohnern. Am meisten haben es mir jedoch Orcas angetan. Ich kann gar nicht genau sagen, warum. Für mich steht nur fest, dass sie wunderschöne, faszinierende Tiere sind, die mich immer begeistern werden. Ich habe vor zwei Jahren zum ersten Mal einen echten Orca gesehen. Dieser Moment war einerseits atemberaubend, diese großen Tiere zu sehen. Auf der anderen Seite war ich aber auch traurig, denn die Tiere sind im Loro Parque zuhause, um viele andere Menschen, wie mich zu begeistern. Dabei sind die Tiere jedoch eingesperrt, in einem Betonbecken, dass dem Ozean nicht ferner sein könnte.

Dass ich dieses Projekt durchführen kann, bedeutet mir selbst sehr viel und ich hoffe, dass meine Arbeit einen wertvollen Beitrag zu der Diskussion über die Ethische Behandlung von Tieren leisten und innovative Lösungen aufzeigen kann. Ich glaube fest daran, dass wir es schaffen können die Bildung und Faszination für die Tiere in einer Weise gestalten können, die ihren Bedürfnissen gerecht wird.

INHALTSVERZEICHNIS

01 Einleitung 8

02 Problemanalyse 10

2.1 Orcas in der Freien Natur 10
2.2 Orcas in Aquarien 12
2.3 Auswilderung 14
2.4 Animatronische Orcas 16
2.5 Ziel der Arbeit 19

03 Menschen und Animatronics 20

04 Sehen und wahrnehmen 22

4.1 Menschen 22
4.2 Design 24
32

05 Konzept 26

5.1 Art der Ausstellung 26
5.2 Aufbau 30
5.3 Lokation 32

06 Markenstrategie 36

6.1 Definition 36
6.2 Brand Purpose 36
6.3 Brand Vision 38
6.4 Brand Mission 38
6.5 Brand Values 38
6.6 Brand Personality 40
6.7 Brand Voice 40
6.8 Global Goals 40

07 Analysen 42

7.1 Umfeldanalyse 42
7.2 Zielgruppenanalyse 44

08 Brand Design 46

8.1 Naming 46
8.2 Logo 48
8.3 Farben 52
8.4 Typografie 60
8.5 Grafische Elemente 62
8.6 Charaktere 70

09 Implementierung 74

9.1 Poster 74
9.2 Programmflyer 92
9.3 Miniflyer 96
9.4 Tickets 98
9.5 Website 102
9.6 Social Media 104
9.7 ID Karten 106
9.8 Team Bekleidung 110
9.9 Merchandise 112

10 Wrap Up 120

Acknowledgement 122

Eigenständigkeitserklärung 124

Abbildungsverzeichnis 126

Literaturverzeichnis 128

01 ~ EINLEITUNG

Die Haltung von Orcas in Gefangenschaft ist ein kontroverses Thema. Es ist wichtig, da Menschen so in Kontakt mit den Tieren treten und mehr über sie lernen können. Jedoch leiden viele Tiere an dem wenigen Platz, den ein Becken bietet. In den letzten Jahren ist das Bewusstsein zum Schutz und Wohle der Tiere gestiegen, was eine alternative Möglichkeit dringend notwendig macht.

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Konzeption einer immersiven Ausstellung, die animatronische Orcas präsentiert. Ziel dieser Ausstellung ist es, Bewusstsein für die Problematik der Orca Haltung zu schaffen und die Akzeptanz von animatronischen Orcas als Alternative zu fördern. Durch die realistische Darstellung sollen Besucher eine ähnliche Faszination erleben, wie in einem Aquarium, ohne das Wohl der Tiere zu gefährden.

Die zentrale Frage dabei lautet: „Wie kann Design dazu beitragen, dass animatronische Orcas als authentische Alternative zu echten Orcas in Aquarien wahrgenommen werden“? Diese Frage ist von großer Bedeutung, da eine erfolgreiche Akzeptanz dazu führen könnte, dass Orcas nicht länger zu Unterhaltungszwecken in Aquarien gehalten werden müssen.

Um diese Frage zu beantworten, wird die Arbeit zunächst die aktuellen Gegebenheiten der Orca Haltung untersuchen, um einen Überblick zu erhalten, wie die weltweiten Meinungen zu dem Thema sind. Des Weiteren wird auch vorgestellt, wie Animatronics im Moment verwendet werden und, wie die Menschen mit ihnen umgehen. Um zu verstehen, wie die Menschen Dinge sehen und wahrnehmen wird auch in diesem Bereich ein Exkurs gegeben. Denn der Wahrnehmungsprozess ist entscheidend bei der Gestaltung eines solchen Projektes. Anschließend wird ein Konzept für die Ausstellung entwickelt, dass vor allem die gestalterischen Aspekte berücksichtigt.

2.1
Orcas in der Freien Natur

Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen Ocas (lat.: Orcinus orca), auch bekannt als Schwertwale. Sie gehören zu der Familie der Grind- und Schwertwale (Vilcinskas, 2005). Orcas sind in allen Ozeanen der Welt zu finden. Ob sie sich in Küstennähe oder auf hoher See aufhalten, hängt von der jeweiligen Gruppe und ihrer Nahrungsquelle ab (Vilcinskas, 2005). Ihre Beute umfasst Fische, Rochen, Pinguine, Haie, Delfine, Schildkröten, Robben und sogar andere Wale (Loro Parque, 2022).

Orcas leben in engen Familienverbänden, die auch als Schulen bezeichnet werden. Meistens wird die Gruppe von dem ältesten Weibchen angeführt (Armstrong & Mitchell, 2021). Jede Schule hat ihre eigenen Kulturen, Dialekte und Jagdtechniken entwickelt, die an ihren jeweiligen Lebensraum angepasst sind. Das leitende Weibchen ist eine Meisterin ihrer Jagdtechnik und gibt dieses Wissen an ihre Familie weiter (Armstrong & Mitchell, 2021).

Durch das Leben in eher kleineren Gruppen, die meist aus einer Großmutter, ihren Töchtern und Enkeln besteht, entstehen zwischen den Orcas starke soziale Bindungen. Sie spielen, jagen und lernen miteinander, trauern jedoch auch, wenn ein Mitglied stirbt. Besonders auffällig ist das Trauerverhalten der Mütter beim Verlust eines Kalbes. Es kann vorkommen, dass sie ihr totes Kalb tagelang bei sich behält (Armstrong & Mitchell, 2021). Dieses Verhalten zeigt, dass Orcas hochintelligente Tiere sind, die Empathie und Mitgefühl empfinden können.

Orcas sind auch Menschen gegenüber aufgeschlossen und neugierig. In freier Wildbahn wurden bislang keine Angriffe auf Menschen dokumentiert (Armstrong & Mitchell, 2021). In Gefangenschaft jedoch zeigen sie gelegentlich aggressive Verhaltensweisen gegenüber Menschen.

„everything about them is social“
- Lori Marino, Neurowissenschaftlerin (Cowperthwaite, 2013)

Abb.01: Orcas im Meer (Herhaus, 2024)

Abb.02:Orcashow (Walker, 2020)

2.2 Orcas in Aquarien

Einrichtungen, in denen Orcas, Delfine oder andere Wale gehalten werden tragen viele Namen. Ob Delfinarium, Aquarium, Zoo, Tierpark, oder Marine Park. Sie alle bezeichnen Becken, in welchen teilweise große Meeressäugetiere gehalten werden.

Wichtig ist, dass in dieser Arbeit nicht gegen Zoos im Allgemeinen argumentiert wird. Zoos und andere Einrichtungen sind wichtig, denn sie erzeugen bei Besuchern ein Erstaunen und eine Ehrfurcht vor den Tieren (Wustmans, 2015). Menschen sollen Sympathie und Liebe für die Tiere entwickeln, was sie dazu bringen soll, sich für deren Wohlergehen und Schutz einzusetzen (Venn-Watson et al., 2015).

Im Falle der Orcas ist es jedoch so, dass es den meisten nicht gut geht, wenn sie in einem Betonbecken gehalten werden. Manche kennen es zwar nicht anders, weil sie in menschlicher Obhut geboren wurden. Andere wiederum sind verletzt oder haben eine Beeinträchtigung, sodass sie nicht mehr allein in der freien Natur überleben würden. Dennoch gibt es Orcas, die in freier Wildbahn geboren und als Jungtiere von Ihrer Familie getrennt wurden.

Wie alles began

Seit 1961 werden Orcas in Gefangenschaft gehalten (WDC Deutschland, 2024). Seitdem wurden über 160 Orcas aus der freien Wildbahn gefangen (WDC Deutschland, 2024). Derzeit leben 55 Orcas in Gefangenschaft. Von diesen wurden mehr als die Hälfte in Gefangenschaft geboren (WDC Deutschland, 2024). Die anderen wurden als Jungtiere bei Treibjagden von ihrer Familie getrennt und gefangen. Dies verursacht enormen Stress bei den Tieren, da Orcas normalerweise ihr Leben lang bei ihrer Familie bleiben.

Die Tiere werden dann in einen Zoo, ein Aquarium oder eine ähnliche Einrichtung transportiert, wo sie in eine künstlich zusammengestellte Gruppe von Orcas kommen. Man könnte annehmen, dass die Orcas sich damit nicht mehr allein fühlen und sich sofort in der Gesellschaft ihrer Artgenossen wohlfühlen.

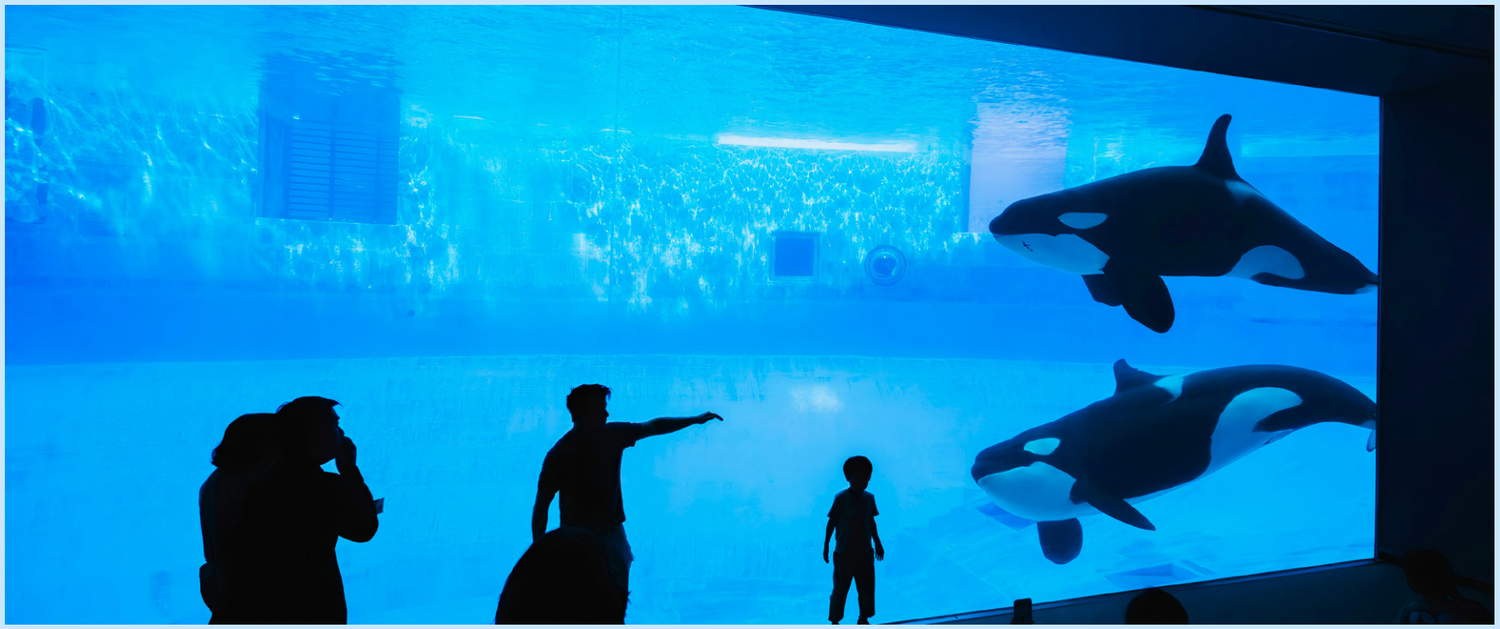


Abb.03:(Araveeporn, o. J.)

Dies ist bei Orcas jedoch meist nicht der Fall. Aufgrund verschiedener Herkünften sprechen die Orcas unterschiedliche Dialekte und pflegen verschiedene Traditionen, was zu Missverständnissen und Frustration bei den Tieren führen kann (Cowperthwaite, 2013). Im Meer würden sie sich aus dem Weg gehen. Doch in einem Betonbecken ist dies leider nicht möglich, was zu noch mehr Frustration führt. Da Orcas Raubtiere sind, kann es so dazu kommen, dass sich die Tiere gegenseitig oder auch ihre Trainer verletzen. Man kann allerdings nicht pauschalisieren, dass Orcas in Gefangenschaft grundsätzlich aggressiv sind. Es hängt ganz individuell von jedem Wal und seiner Geschichte ab.

Keiko, der Orca, der in „Free Willy“ die Hauptrolle spielte, zeigte sich gegenüber seinen Trainern niemals aggressiv, obwohl er allein in einem der kleinsten Becken lebte (Whale Sanctuary Project, 2020). Im Gegensatz dazu hat Tilikum, der Orca im Mittelpunkt des Films „Blackfish“, mehrfach seine Trainer verletzt (Cowperthwaite, 2013). Zu beachten ist bei diesen beiden Geschichten aber auch, dass Tilikum von Anfang an keine guten Erfahrungen mit den Menschen gemacht hat.

Man kann allerdings davon ausgehen, dass Orcas in Gefangenschaft mit viel Stress leben und dies zu einem anderen Verhalten führt als in der freien Natur. Denn dort wurde noch nie ein Mensch von einem Orca verletzt.

Nach der Veröffentlichung von „Blackfish“ (Tilikums Geschichte) gibt es von der Öffentlichkeit viel Druck auf die Delfinarien, dass die Orcas freigelassen werden sollen. Doch ist das überhaupt realistisch möglich?

2.3 Auswilderung

Keiko ist ein gutes Beispiel dafür, dass es möglich ist, einen Orca wieder zurück in die freie Natur zu entlassen. Es bedarf viel Training und Planung (im Fall von Keiko um die 5 Jahre), aber es war möglich. Bei Keiko war dies in vielerlei Hinsicht notwendig. Er hat das warme, gechlorte, künstliche Salzwasser seines Beckens nicht vertragen und hatte deswegen einen Hautausschlag (VHS und TV Archiv, 2022).

Keiko wurde zuerst in ein neues größeres Becken mit natürlichem Salzwasser gebracht. Hier wurde er zwei Jahre lang auf die Umsiedlung in ein schwimmendes Gehege im Meer vorbereitet. Wichtig dabei war, dass der Ausschlag verheilt. Und es kam so, dass Keiko vollkommen gesund wurde. Er durfte keine freien Wale mit Krankheiten anstecken!

Neben zu wurde ihm beigebracht, dass lebendiger Fisch eine Nahrungsquelle ist und dass er ihn jagen muss, da Keiko sonst im Meer verhungern würde. Zudem musste er sich auch an seine Transport-Trage gewöhnen. Keiko wird dort wieder ins Meer gelassen, wo man ihn gefangen hat. Das ist wichtig, um eine genetische Kontaminierung zu verhindern (Loro Parque, 2018).

Es bedeutet viel Aufwand und finanzielle Mittel, um einen Orca freizulassen. Dennoch gibt es Organisationen, die daran arbeiten, geeignete Lebensräume zu schaffen. Eine solche Organisation baut derzeit eine spezielle Anlage, um Orcas und anderen Meeressäugern eine neue Heimat zu bieten. Dafür wird eine Bucht hergerichtet und mit speziellen Netzen vom Meer abgesichert. Dadurch leben die Tiere zwar immer noch in der Obhut von Menschen, jedoch zu viel besseren Bedingungen als in einem Betonbecken mit künstlichem und gechlortem Wasser (Whale Sanctuary Project, 2024).

Eine vollständige Freilassung der Orcas ist möglicherweise nicht immer realisierbar. Dennoch können ihre Lebensbedingungen erheblich verbessert werden, indem man ihnen eine artgerechtere Umgebung bietet.

Orcas können ein Alter von 40 – 50 Jahren erreichen (Robeck et al., 2015). Da die meisten in Gefangenschaft lebenden Orcas unter 30 Jahre alt sind, würde sich der Aufwand, der bei Keiko 5 Jahre dauerte, auf jeden Fall lohnen. Denn man muss auch beachten, dass Keiko erst seinen Ausschlag ausheilen musste.

Laut einer Liste gliedern sich die Altersgruppen der derzeitig in Gefangenschaft gehaltenen Orcas wie folgt (WDC Deutschland, 2024): (Altersgruppe - Alter – Anzahl):

- Junge Orcas - Ca. 2 bis 10 Jahre alt - 17
- Mittelalte Orcas - Ca. 11 bis 30 Jahre alt - 5
- Alte Orcas - Über 30 Jahre alt - 5

Abb.04: Orca in Transporttrage (The Keiko Project, 2024)

Aktueller Stand der Aquarien

Viele Aquarien, darunter auch SeaWorld, sind der Meinung, dass es sehr schwierig ist, einen Orca freizulassen (Manby, 2016). Jedoch üben Tierschützer und auch die Bevölkerung zunehmend Druck auf Aquarien aus, damit Orcas nicht eingesperrt sein müssen.

SeaWorld reagiert 2016 darauf, dass sie ihr Zuchtprogramm einstellen (Manby, 2016). Da es fast überall verboten ist, Orcas aus der freien Natur zu fangen, wird die aktuelle Generation, der in Gefangenschaft lebenden Orcas, die Letzte sein. Das ist gut für die Tiere. Allerdings stellt sich die Frage, wie man in Zukunft Aufmerksamkeit für sie generiert.

Wie bereits erwähnt, ist jedes in Gefangenschaft lebende Tier ein Vertreter seiner wilden Artgenossen, der die Empathie und Liebe der Menschen generieren soll, damit diese sich weiterhin für den Schutz der Tiere einsetzen (Loro Parque, 2018).

2.4 Animatronische Orcas

Ein Animatronic ist eine Puppe oder ein Modell, welches mithilfe einer computergesteuerten Maschine auf natürliche Weiße bewegt wird (Camebridge Dictionary, 2024). Diese Technik wird hauptsächlich in Filmen und Freizeitparks verwendet.

Eine Inspiration für das Projekt ist der Film „Free Willy“. Willy wurde teils von dem Orca Keiko und teils von animatronischen Orcas dargestellt. Die Firma Edge Innovations hat die Orcas dafür hergestellt.

Edge Innovations ist eine Special-Effects-Firma für Hollywood, bekannt für ihre realistischen Animatronics (Orcas für „Free Willy“ / Schlange für „Anaconda“)

Abb.05:FreeWilly 2 (Edge Innovations, o. J.)

Abb.06: Anaconda (Edge Innovations, o. J.)

Durch den Film „Free Willy“ wurde Edge Innovations inspiriert ein Projekt zu starten, um Delfine und andere große Meeressäugetiere aus den Aquarien zu befreien. Und das soll mit ihren animatronischen Tieren realisiert werden. So hat Edge Innovations vor 20 Jahren die erste Version von Delle (einem Delfin) hergestellt. Dieser ist bis heute so weit weiterentwickelt, dass sie damit nun in größerem Stil an die Öffentlichkeit treten können.

„Es ist leicht, die Meeresparkbranche als Ganzes zu verteufeln, aber wir glauben nicht, dass das die Antwort ist“, sagte Walt Conti, der Gründer von Edge Innovations (Freethink, 2021).

Mit Delle möchte er eine völlig neue Interaktionsmöglichkeit mit den Meerestieren schaffen. Einen ähnlichen Ansatz möchte ich mit dieser Arbeit verfolgen. Allerdings nicht mit Delfinen, sondern mit Orcas. Denn diese Riesen der Meere haben in den Betonbecken noch weniger Platz als die kleineren Delfine.

Da Edge Innovations bereits für „Free Willy“ realistische Animatronic Orcas hergestellt hat, weiß ich, dass es möglich ist, dass sie realistisch wirken. Natürlich wäre hier eine Zusammenarbeit bei Realisierung des Projektes nötig.

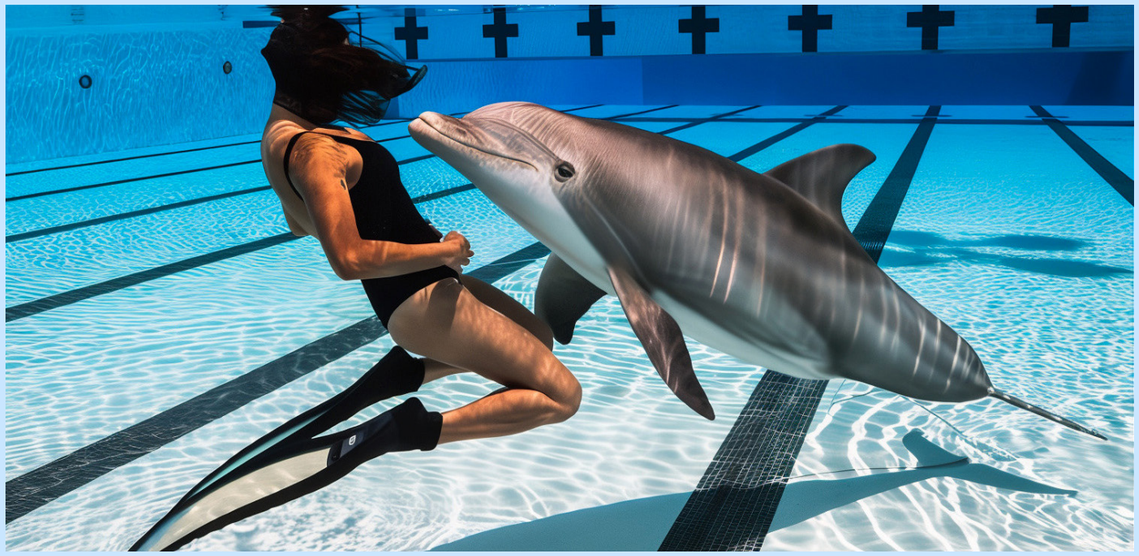


Abb.07: Delle (Edge Innovations, o. J.)

„Delle schwimmt und verhält sich so natürlich, dass manche Zuschauer – und die Fische, mit denen er sich ein Becken teilt – ihn nicht vom echten Tier unterscheiden können“

(Freethink, 2021)

2.5 Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist es eine Marke zu gestalten, die Aufmerksamkeit für das Thema generiert, Menschen dazu motiviert Orcas in Schutzzentren im Meer zu bringen, und die eine Alternative mit animatronischen Orcas vorstellt.

Die zentrale Frage ist, wie Design dazu beitragen kann, dass animatronische Orcas als authentische Alternative zu echten Orcas in Aquarien wahrgenommen werden?

Dazu wird im nächsten Kapitel ausführlich erläutert, wofür Animatronics eingesetzt werden, wie Menschen auf sie reagieren und welche Aspekte dabei zu beachten sind.

03 ~ Menschen und Animatronics

Animatronics können dazu beitragen, Erlebnisse eindrucksvoller zu gestalten, indem sie eine lebensechte Interaktion ermöglichen. Wenn dieses visuelle Erleben auch von den anderen Sinnen des Menschen unterstützt wird, kann das Erlebnis noch intensiver wahrgenommen werden (Papaioannou & Paschou, 2015).

Es ist jedoch stets zu beachten, dass das Erlebnis im Mittelpunkt stehen soll und nie die Technologie dahinter (Haskell et al., 2005).

Animatronics gehören in ihrer Art der Darstellung zur Mixed Reality (MR). Hierbei wird die virtuelle Welt mit der realen kombiniert, sodass physische und digitale Objekte in Echtzeit interagieren und koexistieren (Nelson, 2016). Ein Beispiel für die Anwendung von Mixed Reality sind „Dark Rides“ in Freizeitparks. In diesen Attraktionen werden hochauflösende Projektionen, animatronische Figuren, Geräusche und dynamische Lichtspiele geschickt eingesetzt, um die Gäste in eine völlig andere Welt zu entführen (Younger, 2016).

Diese immersiven Erlebnisse bieten vor allem Unterhaltung, können aber auch in anderen Kontexten verwendet werden, um Inhalte lebendig und greifbar zu machen.

Im Vergleich zur MR simuliert die Virtuelle Realität (VR) ein Erlebnis mittels einer speziellen Software, wie zum Beispiel einer VR-Brille. Die Erweiterte Realität (AR) blendet digitale Informationen und virtuelle Objekte in die reale Welt ein (Nelson, 2016). Nur bei der MR existieren virtuelle und physische Elemente nebeneinander.

Ein entscheidender Aspekt bei der Verwendung von Animatronics ist jedoch, dass sie eine Persönlichkeit erhalten. Denn selbst die realistischste Illusion kann unecht wirken, wenn sie nicht authentisch kommuniziert wird (Haskell et al., 2005).

Abgesehen von in der Filmindustrie, werden Animatronics oft in Themenparks verwendet. Dort bilden sie zusammen mit ihrer Umgebung ein Immersives Erlebnis. Die Menschen wissen und erkennen zwar die Animatronics als diese, geben sich dennoch dem Erlebnis hin und lassen sich beeindrucken (Beek, 2018).

Ein entscheidender Faktor ist die Inszenierung der Umgebung, in der sie platziert sind. Besonders wichtig ist dabei der Sound, der organisch und angenehm sein muss (Allen et al., 2024).. Wenn die Besucher maschinelle Geräusche hören, wird die Illusion zerstört. Dies wirkt sich negativ auf die Akzeptanz der Animatronics aus. Dies kann auch auf die in dieser Arbeit zu gestaltende Ausstellung angewendet werden. Wenn die Inszenierung der animatronischen Orcas und deren Umgebung stimmig gestaltet ist, werden die Menschen die Animatronics auch hier akzeptieren und sich von ihnen begeistern lassen. Weitere Details dazu folgen im weiteren Verlauf der Arbeit.

Zunächst ist es auch wichtig zu verstehen, wie der menschliche Sehsinn und die damit verbundenen Wahrnehmungsprozesse funktionieren.

Abb.08: Dinosaurier Animatronic (Edge Innovations, o. J.)

04 ~ Sehen und wahrnehmen

4.1
Menschen

Jeder sieht die Welt ein bisschen anders als sie wirklich ist. Dies lässt sich auf zwei unterschiedliche Gründe zurückführen. Zum einen die Anatomie des menschlichen Auges und unsere Wahrnehmung selbst (Wäger, 2020).

Wenn Licht in unser Auge fällt, wird es von verschiedenen Rezeptoren aufgenommen. Für ein farbiges und scharfes Bild sind vor allem die in der Sehgrube (Fovea centralis) liegenden Rezeptoren entscheidend (Wäger, 2020). Da dieser Punkt im Auge jedoch relativ klein ist, kann das Menschliche Auge nur das Licht, was auf diesen Punkt fällt, scharf und farbig sehen (Wäger, 2020). Alles außerhalb dieses Punktes wird von unserem Gehirn interpretiert. Jeder Mensch sieht somit die Welt auf seine eigene Art und Weise.

Diese unterschiedliche Interpretation von Lichtinformationen durch unsere Augen wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst, wie beispielsweise unsere eigenen Erwartungen, Erfahrungen und unserer kulturellen Prägung (Wahrnehmungsprozess, o. J.). Dies liegt daran, dass Wahrnehmung ein psychologischer Prozess in unserem Gehirn ist, der immer von menschlichen Erfahrungen und Emotionen beeinflusst wird (Anwendungsdisziplinen Psychologie, o. J.).

Wichtig zu beachten ist das bei der visuellen Gestaltung. Das, was Menschen sehen, ist immer mit Erfahrungen und Emotionen verbunden. Die Tatsache, dass das Gehirn uns unsere Umwelt nicht zu 100 % so zeigt, wie sie wirklich ist, ist für diese Arbeit äußerst interessant. Das Ziel ist es, Menschen davon zu überzeugen, dass ein animatronischer Orca realistisch wirken kann. Wenn er in einem Umfeld präsentiert wird, in dem das Gehirn entscheidet, dass die Szene real ist, kann das Projekt deutlich präziser gestaltet werden.

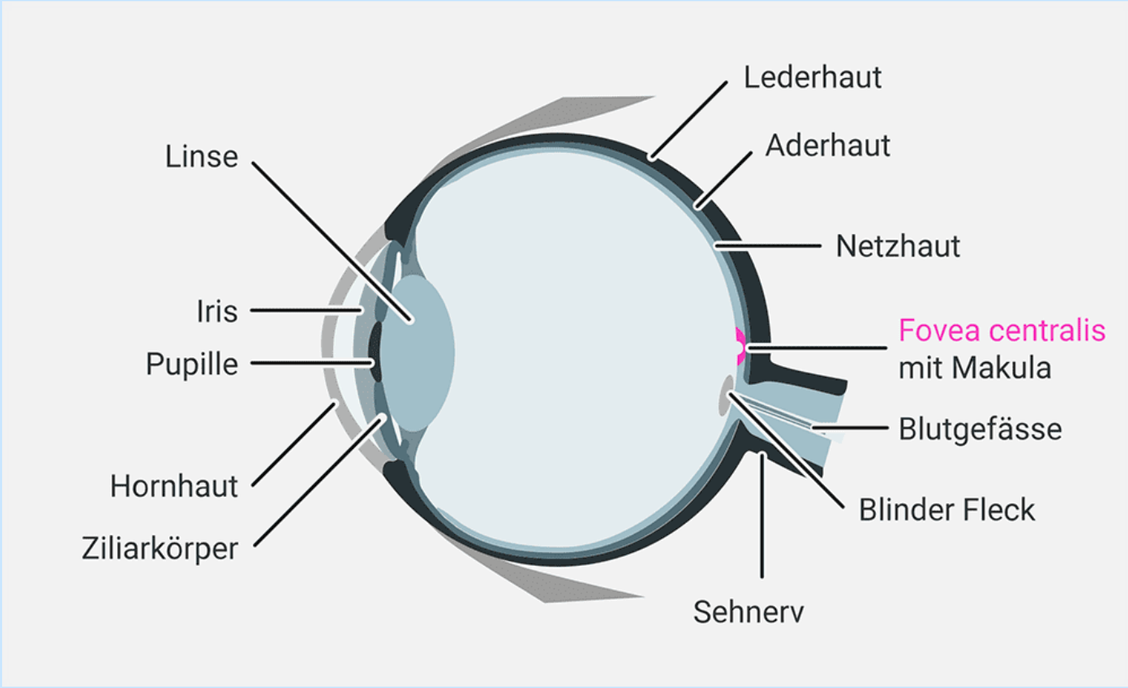


Abb.09: Augen Skizze (Roche - Fokus Mensch, 2022)

Exkurs

Was bedeutet „realistisch“ ?

Um den Begriff „Realistisch“ zu verstehen, wird ein kurzer Blick auf die Kunstepoche des Realismus geworfen. Diese Epoche erstreckt sich zeitlich von 1840 bis 1900 (Realismus und Naturalismus, o. J.). Die Künstler dieser Ära strebten eine objektive Nachahmung der Wirklichkeit an (Zimmerman, 2020), indem ihre Gemälde eine fotografische Qualität aufweisen und auch die „unschönen“ Aspekte der Realität zeigen.

Es geht also nicht um eine perfektionierte Darstellung dessen, was man sieht, sondern darum, wie es tatsächlich ist, mit all seinen Unfeinheiten. Es werden sozusagen keine Retuschierungen durchgeführt.

Abb.10: Eigene Darstellung unter Verwendung von (Heimann & Schütz, 2017)

Menschliche Dimension: Grundlegende menschliche Themen, die für alle bedeutungsvoll sind.

Kulturdimension/Zeitgeistdimension: Themen, die für bestimmte Kulturen bedeutsam sind, beispielsweise Unterschiede zwischen Deutschen und Franzosen oder zwischen Norddeutschen und Bayern.

Zielgruppendimension: Spezifische Zielgruppen wie Jugendliche, Frauen oder Veganer.

Produktverwendungsdimension: Themen, die spezifisch für die Nutzung eines Produktes sind, wie bei einem Kindersitz für Autos.

Situative Dimension: Themen, die in bestimmten Situationen relevant sind, wie zur Weihnachtszeit.

4.2 Design

Als Designer hat man das Ziel, Menschen mit seinen Kreationen zu erreichen und zu beeinflussen. Dazu ist entscheidend zu verstehen, wie ein Design auf den Menschen wirkt. Vorteilhaft ist es sich mit Designprinzipien auszukennen, aber auch mit Prinzipien der Psychologie. Denn die Psychologie erforscht unter anderem das Thema, wie Design auf den Menschen wirkt. Die Kombination beider Disziplinen ergibt dabei wertvolle Einsichten.

Ein Design beeinflusst Menschen, indem es bei ihnen eine Veränderung hervorruft. Diese Veränderung kann durch flüchtige Assoziationsbilder entstehen (Heimann & Schütz, 2017). Eine Assoziation ist eine Verbindung, die im Gehirn entsteht, zwischen dem was man sieht und einer Vorstellung, die man hat oder einer vergangenen Erfahrung (Cornelsen Verlag GmbH, o. J.). Diese Assoziationen sind für die Wirkung eines Designs genauso wichtig, wie das tatsächlich Dargestellte.

Dies eröffnet dem Designer den sogenannten Assoziationsraum, in dem es darauf ankommt, relevante Bilder, Erfahrungen und Grundthemen zu nutzen, um bestimmte Reaktionen zu erzeugen.

Effektive Werbung muss zunächst Aufmerksamkeit erregen, im Gedächtnis bleiben und verständlich sein (kognitive Komponente) (Heimann & Schütz, 2017). Gleichzeitig sollte sie Gefühle auslösen, Einstellungen ändern oder Überzeugungskraft entfalten (affektive Komponente) (Heimann & Schütz, 2017). Erst dann kann sie das Verhalten des Konsumenten beeinflussen (konative Komponente) (Heimann & Schütz, 2017).

Ob ein Design Aufmerksamkeit erregt, hängt auch stark von der Situation und der Stimmung des Betrachters ab. Diese können, nach Heimann & Schütz in 5 Dimensionen aufgeteilt werden (Grafik oben).

Zusammenfassend muss ein Designer sowohl die Prinzipien des Designs als auch die psychologischen Aspekte verstehen, um seine Zielgruppe effektiv zu erreichen und zu beeinflussen. Durch Assoziationsräume können emotionale und kognitive Reaktionen hervorgerufen werden, die das Verhalten der Betrachter beeinflussen.

5.1
Art der Ausstellung

In dieser Arbeit wird eine Marke entwickelt, welche eine einzigartige Ausstellung organisiert, die animatronische Orcas präsentiert. Die Ausstellung verbindet Elemente von Museum, Zoo und Freizeitpark

Lernen – Entdecken – Tierwelten

Das Hauptziel der Ausstellung ist es, auf das Thema Orcas in Gefangenschaft aufmerksam zu machen. Ähnlich wie in Zoos sollen die Besucher dazu inspiriert werden, sich für den Schutz der Tiere einzusetzen. Im Falle der Orcas bedeutet dies die Freilassung in Meeresreservate. Zudem soll die Ausstellung die Akzeptanz von animatronischen Orcas als Alternative zu echten Orcas in Aquarien und Zoos fördern.

Die große Frage, wie man die animatronischen Orcas präsentiert, wird in diesem Abschnitt behandelt. Die Antwort auf diese Frage ist in der Theorie ganz einfach: So realistisch, wie möglich! Aber wie wird etwas real dargestellt, wenn es nicht real ist?

Der erste Ansatz zur Präsentation der Animatronics ist eine Roadshow, bei der einer dieser Animatronics durch Städte tourt und Aufmerksamkeit erzeugt. Hier stellt sich nun die Frage, wo der Orca präsentiert wird. Auf dem Transporter? Auf einer Wiese? Am Strand?

Im Wasser! Dort wo die Tiere in ihrem natürlichen Lebensraum vorkommen. Das Problem bei dieser Idee ist es, dass die Menschen, die sich den Animatronic ansehen und mit ihm interagieren sollen, dann auch ins Wasser müssen. Das ist ein Hindernis für viele Menschen, die spontan keine Schwimmkleidung dabeihaben oder einfach auch kein Wasser mögen oder nicht schwimmen können. Denn ein Orca ist groß und benötigt deswegen auch ein großes, tiefes Becken.

Der Animatronic muss also im trockenen präsentiert werden, um mehr Menschen anzusprechen. Hier kommt die Idee eines immersiven Raumes ins Spiel.

„Immersion beschreibt den Effekt, wenn virtuelle oder fiktionale Welten den Betrachter oder Nutzer komplett für sich einnehmen und dieser zunehmend in die Illusion eintaucht“

- (PAGE, 2018)

Abb.11: Unterwasser Tunnel (Sommerkampagne | SEA LIFE, o. J.)

Ein immersiver Raum ist oft mit vielen Projektoren und Leinwänden ausgestattet. Diese projizieren je nach Ausstellung Gemälde und Landschaften an die Wände und lassen den Raum so wirken, als wäre man in diesen Projektionen drinnen.

Für die Animatronics bieten diese Projektionen die Möglichkeit eine Unterwasserwelt zu schaffen, in die die Besucher eintauchen können, ohne nass zu werden. Fast so, wie in einem Aquariumstunnel. Durch den Einsatz spezieller Beleuchtung und Soundeffekten kann so eine realistische Welt geschaffen werden, in dem die Animatronics „herumschwimmen“ und mit den Besuchern interagieren können.

Dies bietet einen Mehrwert gegenüber den echten Orcas. Da sie Raubtiere sind, kann es immer passieren, dass Menschen verletzt werden, auch wenn das nicht die Absicht der Tiere ist. An die Animatronics können Besucher bedenkenlos nahe herantreten.

Die Gestaltung eines immersiven Raumes bindet auch Interaction Design mit in das Projekt ein, da „Immersion“ immer bedeutet, dass die Besucher etwas machen können und nicht nur etwas begutachten.

Interaction Design bedeutet eine Interaction zwischen Menschen, Räumen und Dingen (PAGE, 2016), welche alle drei in dieser immersiven Ausstellung verwendet werden. Der Raum schafft die Atmosphäre, in der die Szene abspielt. Die animatronischen Orcas sind die wichtigsten „Dinge“ in dem Raum und die Menschen, als Besucher, interagieren sowohl mit dem Raum als auch mit den Orcas.

Das Projekt beabsichtigt die Präsentation eines animatronischen Orcas, was in Form einer immersiven Ausstellung durchgeführt werden soll. Der immersive Raum schafft eine realistische Unterwasserwelt, in der die Menschen mit dem Animatronic interagieren können, ohne selbst wirklich ins Wasser zu müssen. Diese Simulation lässt die Besucher vollständig in die Erlebniswelt eintauchen.

Diese Abbildung zeigt das Konzept des dritten Raumes der Ausstellung. Die Wände und die Decke sind mit lebhaften Projektionen von einer Unterwasserlandschaft mit einem Korallenriff bedeckt. Unterstützt wird diese Illusion durch einen Boden mit Sandtextur. Das soll dem Besucher das Gefühl vermitteln, sich unter der Wasseroberfläche zu befinden.

Außerdem spiegelt sich auf dem Boden auch die Bewegung des Wassers im Licht wider. Diese Lichtspiegelung findet man auf allen Oberflächen, auch auf den Besuchern und den Orcas. Diese einheitliche Verteilung macht die Projektion realistischer und somit glaubhafter.

Abb.12: Eigene Darstellung

5.2
Aufbau

Die Hauptbestandteile der Ausstellung sind 3 unterschiedliche Räume. Der erste ist der Informationsbereich. Hier erfahren die Besucher allgemeine Informationen über Orcas und deren Lebensweise. Zudem wird aber auch das Thema Animatronics behandelt, um die Besucher über das Thema aufzuklären. Im nächsten Raumabschnitt werden die drei Animatronics vorgestellt, von denen jeder eine eigene Persönlichkeit bekommt. Der letzte Raumabschnitt, der Interaktionsbereich, ist das Highlight der Ausstellung. Der Raum, in welchem sich die Animatronic Orcas durch den Raum bewegen und mit den Besuchern interagieren. Zudem sind auch Eventabende in den Räumlichkeiten der Ausstellung geplant, die Expertentalks, Workshops und Filmvorführungen umfassen. Alle Räume sind mit Sitzgelegenheiten ausgestattet.

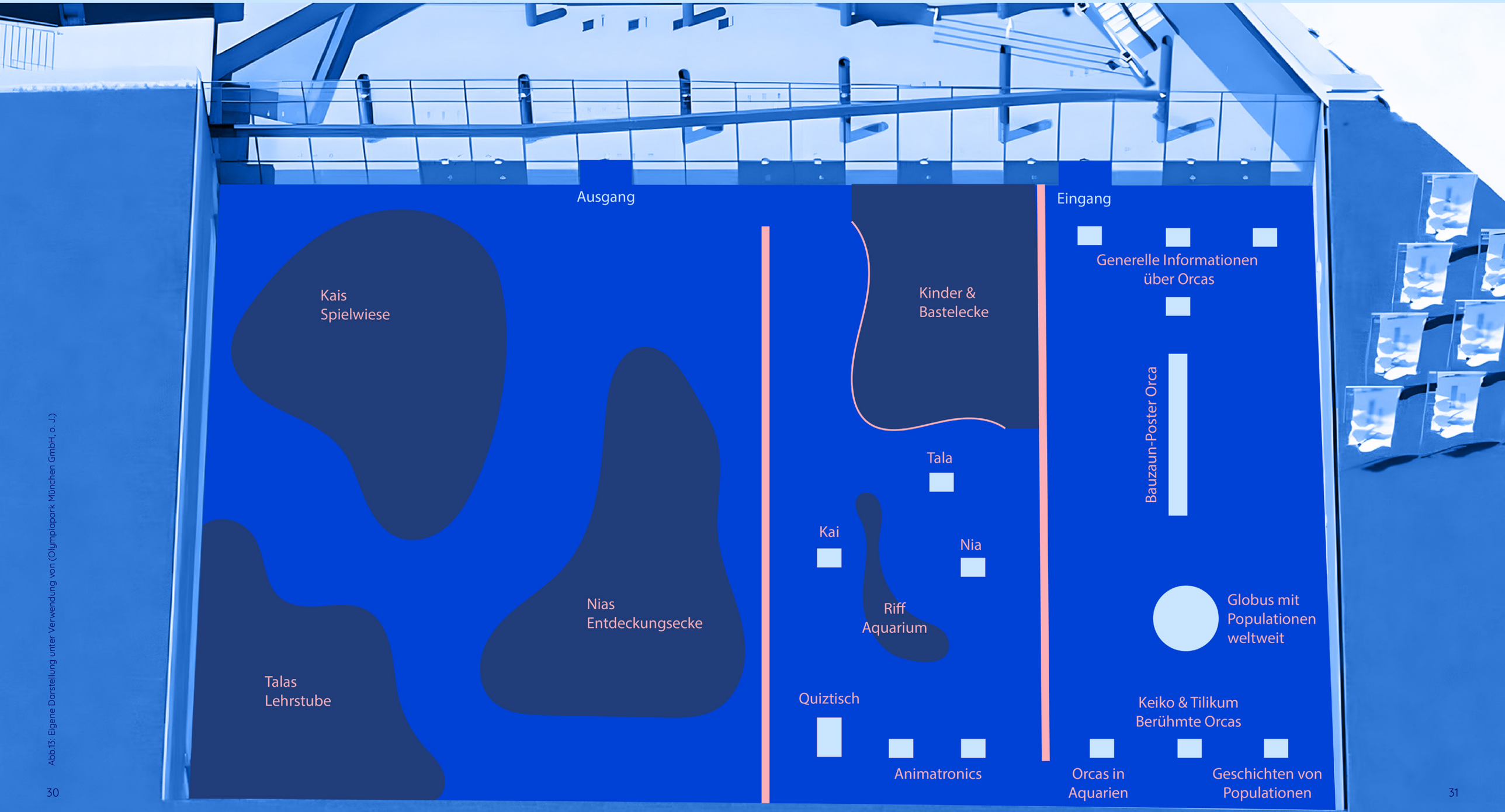


Abb.13: Eigene Darstellung unter Verwendung von (Olympiapark München GmbH, o. J.)

5.3
Lokation

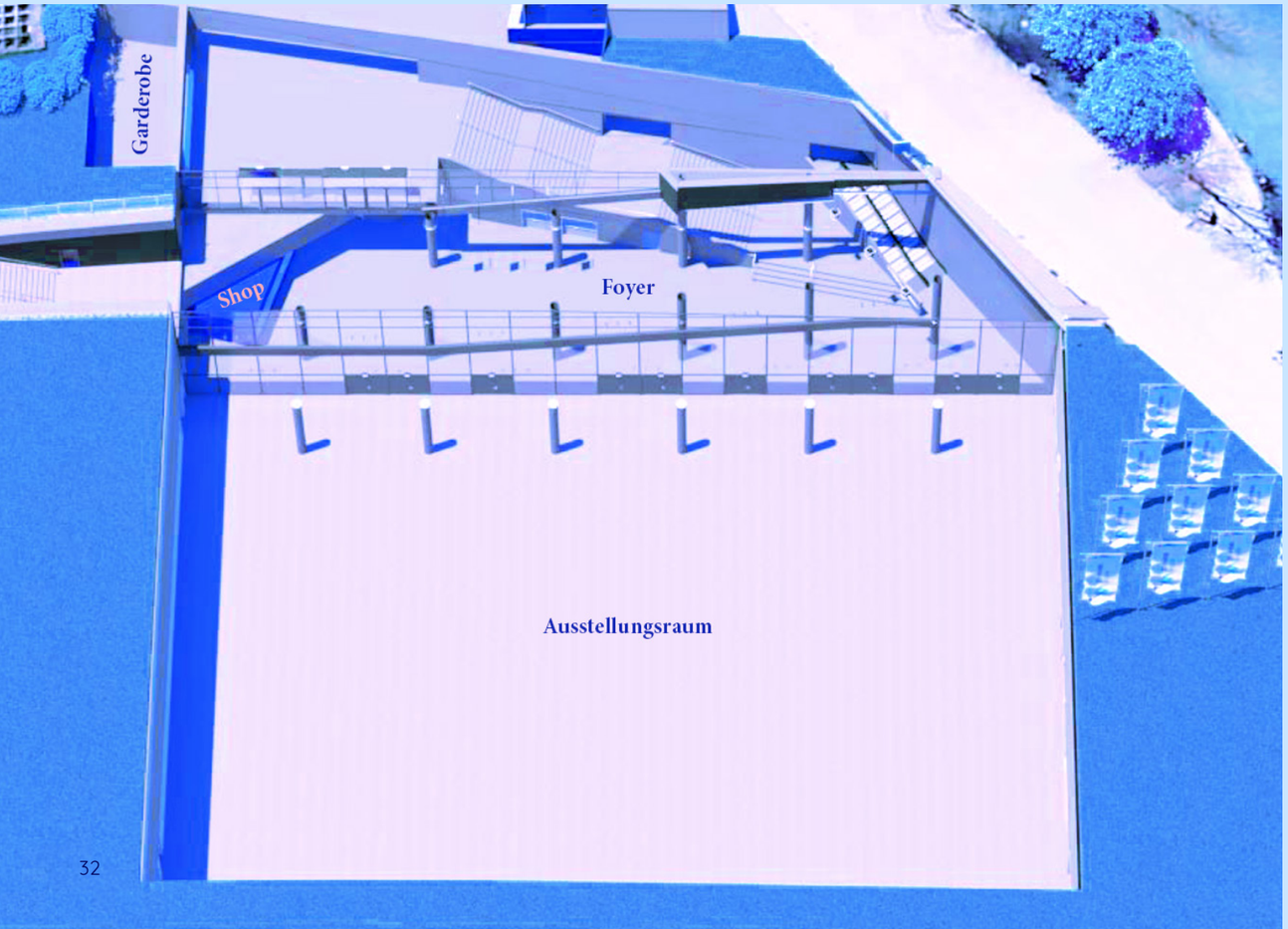
Der nächste Schritt ist es, eine geeignete Lokation zu finden. Wichtig dabei ist vor allem, dass sie groß genug ist, um die animatronischen Orcas zu beherbergen. Dazu wird hier auch festgelegt, wie viele animatronische Orcas in der Ausstellung gezeigt werden sollen.

Damit sich die Animatronics nicht gegenseitig im Weg sind und den Raum nicht zu überfüllt wirken lassen, werden drei Animatronics eingeplant. Zwei davon bewegen sich durch den Raum und schwimmen auf Besucher zu. Der dritte Orca bleibt an einer Stelle und ermöglicht so, dass wirklich jeder Besucher die Möglichkeit hat, nahe an einen der Orcas heranzutreten.

Generell lässt sich die Größe eines Orcas auf 6-8 Meter Länge definieren und mit der Rückenflosse können sie gut 3 Meter hoch sein. Da in den meisten Museen kein so großer Raum vorhanden ist, wird die Ausstellung zwar als Museumsausstellung definiert, findet jedoch in einer geeigneteren Halle statt.

Hierfür bietet sich beispielsweise die kleine Olympiahalle in München an. Dort haben schon andere Ausstellungen stattgefunden, wie beispielsweise 2023 die Ausstellung „Disney 100“. Der Vorteil dieser Lokation ist es, dass Ticketshop, Garderobe und Souveniershop nicht direkt in der Halle sind, sondern in zwei Ebenen ein Foyer bilden. So kann die eigentliche Ausstellungshalle auch primär für die Ausstellung genutzt werden.

Abb.14: Hallenplan, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Olympiapark München GmbH, o. J.)



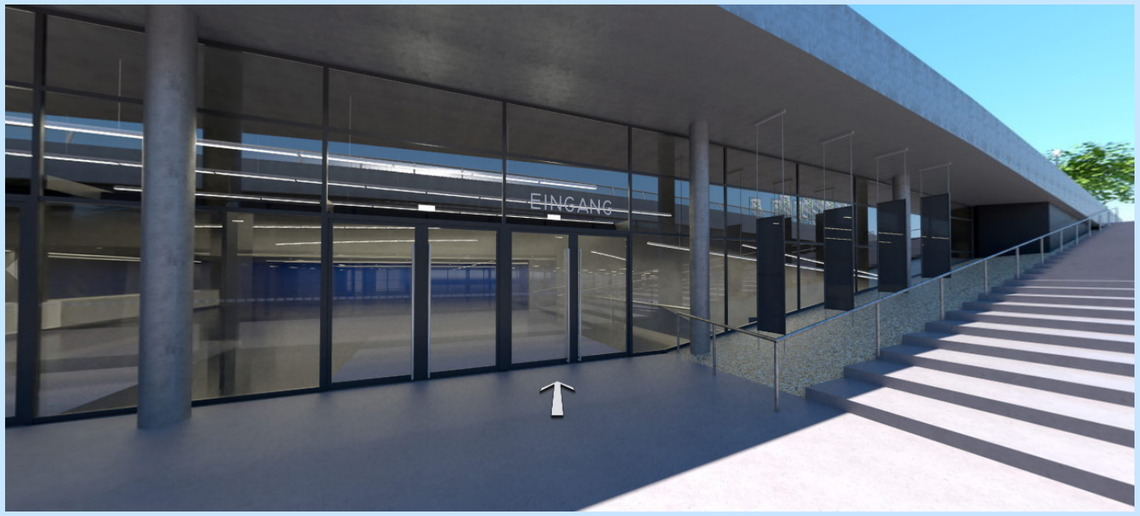


Abb.15: Eingang (Olympiapark München GmbH, o. J.)

Da die Halle unter der Erde ist und man nach dem Eingang über eine Treppe eine Ebene hinuntergeht, wird hier der Aspekt des „Eintauchen in eine andere Welt“ widergespiegelt. Die Halle selbst ist 55 x 38 x 9 Meter groß (German Eventlocations, o. J.) und bietet somit genug Platz für die geplante Ausstellung.

Da die ORCA SPHERE an mehreren Standpunkten ausgestellt wird, kann man sich an dem Aufbau der kleinen Olympiahalle orientieren.

Auf dem oberen Bild kann man sehen, dass bereits zum Eingang der Halle eine Treppe hinunter führt. Bereits der Eingang wurde unter die Oberfläche gebaut und oben drauf ist eine Wiese angelegt, die zum Olympiapark gehört.

Wenn man die Halle betritt, befindet man sich in einem Eingangsbereich mit einer Garderobe. Am Ende dieses Bereiches führt eine Treppe hinunter in das Foyer und zu dem großen Ausstellungsraum.

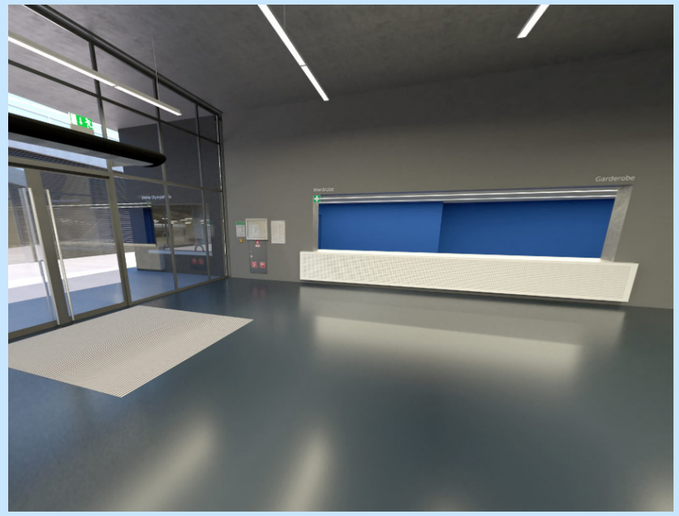


Abb.16: Eingang (Olympiapark München GmbH, o. J.)

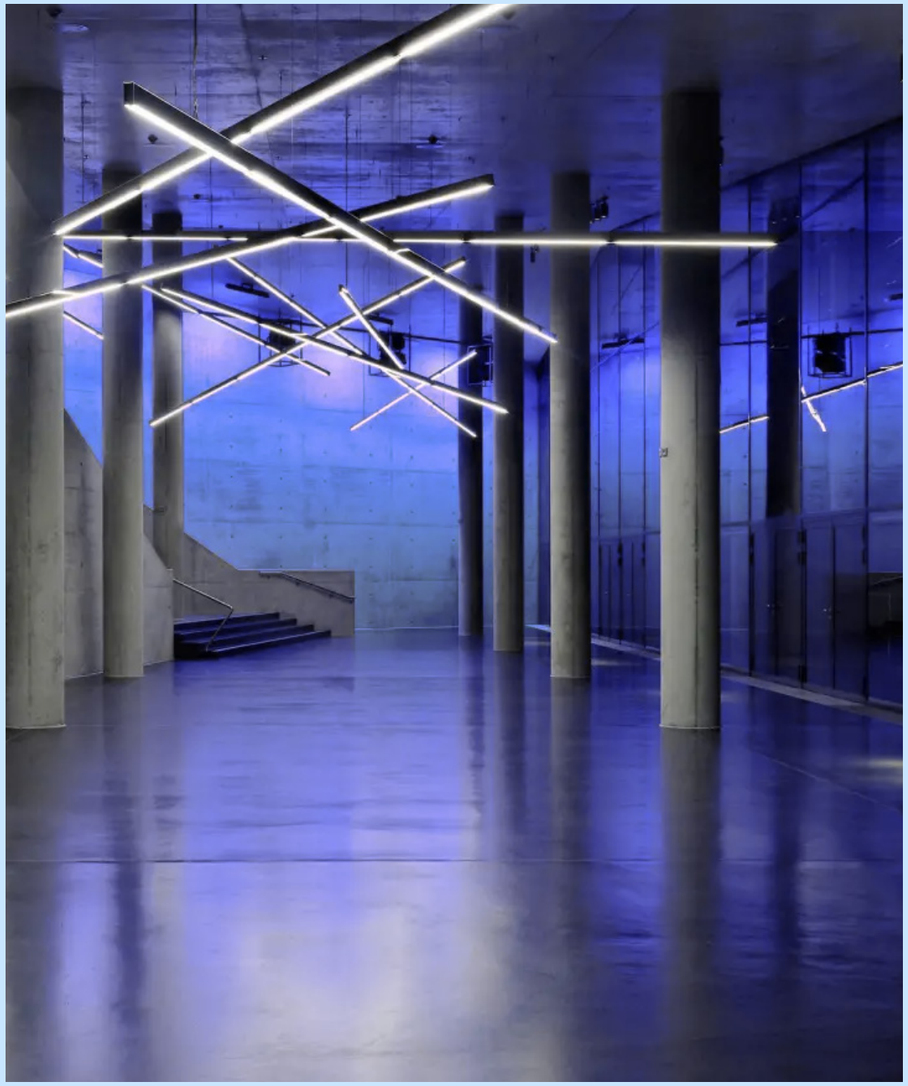


Abb.17: Foyer (Lichtlauf GmbH, o. J.)

Im hinteren Teil des Foyers sieht man die Treppe, die aus dem Erdgeschoss hinunter zur Ausstellung führt. Auf der rechten Seite befinden sich die Türen in den Ausstellungsraum.

Die Beleuchtung kann je nach Bedarf angepasst werden. Für die ORCA SPHERE werden dunkle Blautöne verwendet, um eine ruhige Atmosphäre zu schaffen und die Besucher auf das Erlebnis vorzubereiten.

6.1
Definition

Nachdem das Konzept der Ausstellung festgelegt ist, folgt nun die Entwicklung der Markenstrategie. Diese ist entscheidend für die Gestaltung des Brandings, da sie die Identität und Botschaft der Ausstellung definiert.

Die Markenstrategie bildet die Grundlage für alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten einer Marke. Sie definiert die Werte, Vision und Mission der Marke und ist somit essenziell, um langfristig Konsistenz, und somit Glaubwürdigkeit, zu gewährleisten. Dadurch kann sich eine Marke von der Konkurrenz abheben und das Vertrauen und die Loyalität der Zielgruppe aufbauen.

6.2
Brand Purpose

Der Brand Purpose definiert den Existenzgrund der Marke. Die Marke ORCA SPHERE möchte, dass die positiven Aspekte der Haltung von Orcas in Aquarien, vor allem den Bildungs- und Faszinationsaspekt, beibehalten werden, während die Nachteile – Orcas müssen auf engem Raum eingesperrt leben – beseitigt werden. Durch immersive Technologien sollen die Besucher das Gefühl bekommen, mit realen Orcas interagieren zu können. Damit bietet das Erlebnis einen Mehrwert gegenüber den herkömmlichen Orca-Shows, wo die Besucher nicht nahe an die Tiere herantreten können.

„ORCA SPHERE bietet eine einzigartige Gelegenheit, die Welt der Orcas hautnah zu erleben. Durch die Interaktion mit unseren animatronischen Orcas schaffen wir eine tiefe Verbindung zwischen Mensch und Tier und fördern so das Bewusstsein für den Schutz dieser faszinierenden Geschöpfe.

Unser Ziel ist es, den Menschen eine völlig neue Erfahrung mit Orcas zu ermöglichen. Gleichzeitig möchten wir ihnen bewusst machen, dass wir besser auf diese Tiere Acht geben müssen und zeigen, wie wir vorhaben das umzusetzen.“

6.3
Brand Vision

Die Brand Vision definiert das langfristige Ziel der Marke, welches sie erreichen will. Sozusagen den Traum, den die Marke verfolgt. Der Grund, weshalb das Projekt der Marke ins Leben gerufen wurde, war es, die realen Orcas aus den Betonbecken der Aquarien zu befreien. Da Aquarien jedoch einen Ort der Interaktion und Begeisterung darstellen, ist es wichtig, dass eine Möglichkeit entwickelt wird, wie die Tiere trotzdem in Aquarien vorgestellt werden können. Dies will die Marke mit animatronischen Orcas als Alternative in Aquarien umsetzen, um durch neue Interaktionsmöglichkeiten über die Tiere zu lehren und eine Faszination und Liebe für die Tiere zu wecken.

„Wir möchten eine Welt gestalten, in der Orcas nicht in einem Becken leben müssen, Menschen sie aber trotzdem erleben können. Wir können den in Gefangenschaft lebenden Orcas zu einem besseren Leben verhelfen.“

„Wir setzen eine immersive Ausstellung um, in der wir über Orcas und ihr Leben in Gefangenschaft aufklären und eine mögliche Lösung aufzeigen, wie man ihnen ein besseres Leben verschaffen könnte.“

6.4
Brand Mission

Die Mission der Marke definiert, wie die Marke ihre Ziele erreichen will.

Mit einer immersiven Ausstellung bietet ORCA SPHERE ein interaktives Erlebnis, welches es den Besuchern ermöglicht die Tiere auf eine neue, innovative Weise zu erleben. Durch moderne Technik wird der Lebensraum der Orcas realistisch dargestellt und erlaubt es den Besuchern in die faszinierende Unterwasserwelt einzutauchen. Dadurch gestaltet die Marke ein einzigartiges Erlebnis, welches das Verständnis und die Wertschätzung für die Orcas fördert und so eine Bereitschaft zur Veränderung gegeben wird.

6.5
Brand Values

Eine Marke vertritt immer bestimmte Werte. Nach diesen handelt und kommuniziert die Marke. ORCA SPHERE ist eine innovative Marke, die mit ihrerm Projekt Veränderung schaffen will. Der Grundbaustein dafür ist die Faszination für die Orcas und der feste Glaube daran, dass sie den Tieren ein besseres Leben ermöglichen können.

- **Faszination & Passion**
- **Zielstrebigkeit & Entschlossenheit**
- **Empowerment**
- **Bildung**
- **Tierschutz**
- **Innovation**

6.6 Brand Personality

Jede Marke wird, wie eine Person, mit bestimmten Charaktereigenschaften dargestellt, die sie einzigartig machen. Diese fördern eine emotionale Bindung zwischen der Marke und den Verbrauchern, da viele Menschen dazu neigen, Marken zu bevorzugen, die Ihre eigenen Werte und Persönlichkeitsmerkmale widerspiegeln.

6.7 Brand Voice

Um die Markenpersönlichkeit langfristig durchsetzen zu können, wird für die Marke definiert, wie sie kommuniziert. Dies umschließt vor allem die Wortwahl und die Stimmung, die diese Worte mit sich bringen. Dies ist später auch wichtig bei der Wahl der Schriftarten, denn auch diese bestimmt, wie die Kommunikation der Marke von den Menschen wahrgenommen wird.

6.8 Global Goals

Die Global Goals sind 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Sie dienen als Rahmen für eine weltweite Zusammenarbeit, um Armut zu beenden, den Klimawandel zu bekämpfen und eine gerechtere, nachhaltigere Zukunft zu schaffen (dpicampaigns, o. J.).

Die ORCA SPHERE beteiligt sich mit ihrem Vorhaben an den Zielen ‚Innovation' und ‚Leben unter Wasser'. Durch den Einsatz modernster Animatronic-Technologie zur Darstellung von Orcas wird das Ziel ‚Innovation' gefördert. Diese innovative Technologie bietet eine alternative Lösung zur Haltung von echten Orcas in Gefangenschaft, die sowohl ethisch als auch nachhaltig ist.

Darüber hinaus trägt die Ausstellung dazu bei, das Bewusstsein für die Bedrohungen zu schärfen, denen die Meereslebewesen ausgesetzt sind und unterstützt somit das Ziel ‚Leben unter Wasser'. Besucher werden ermutigt, sich für den Schutz der Ozeane und ihrer Bewohner einzusetzen und zu erkennen, dass Technologie und Kreativität wichtige Werkzeuge im Kampf gegen Umweltprobleme sein können. Durch interaktive Lernumgebungen und fesselnde Erlebnisse leistet ORCA SPHERE einen wertvollen Beitrag zur globalen Bewegung für nachhaltige Entwicklung.

7.1
Umfeldanalyse

Da es keine direkte Konkurrenz gibt, wird eine Umfeldanalyse durchgeführt, um die verschiedenen Aspekte der Branchen zu verstehen, die in der Ausstellung kombiniert werden. Diese sind die Branchen Museen, Zoos und Themen Parks.

Branche Museum

Zu der Branche Museum gehören auch Ausstellungen. Beides sind beliebte Freizeitbeschäftigungen. Seit den Einschränkungen der Corona-Pandemie steigen die Besucherzahlen wieder deutlich an (Statista, 2024).

In Deutschland sind die meisten Museen entweder kostenlos, oder kosten zwischen 5 und 10 Euro (Statista, 2024). Besonders beliebt sind Kunstmuseen sowie historische und naturwissenschaftliche Museen (Statista, 2024). Wenige jedoch besuchen regelmäßig Museen. Etwa 30% der Leute, die Museen besuchen, gehen regelmäßig (Statista, 2024). Es ist für Menschen also etwas Besonderes und wird oft bewusst geplant, wenn das Interesse an einer bestimmten Ausstellung geweckt ist. Zwischen den Geschlechtern gibt es dabei mit nur 5% keinen großen Unterschied (Statista, 2024).

Ein aktueller Trend in der Museumsbranche sind interaktive und immersive Ausstellungen. Diese modernen Formate bieten den Besuchern intensivere Erlebnisse und tragen damit zur Attraktivität von Museen und Ausstellungen bei.

Branche Zoo

Die Branche der zoologischen Einrichtungen umfasst eine Vielzahl von Institutionen, darunter traditionelle Zoos und Tiergärten, Aquarien, Delfinarien und ähnliche Einrichtungen. Diese bieten den Besuchern die Möglichkeit alle möglichen Tiere aus nächster Nähe zu erleben. Sie dienen zudem als Bildungs- und Erholungsstätten und spielen eine große Rolle im Artenschutz. Laut einer Umfrage des Verbands der Zoologischen Gärten, 2020, tragen Zoobesuche dazu bei, die Wertschätzung der Tiere bei den Besuchern zu vergrößern. Zudem wird das Bewusstsein für den Schutz und die Erhaltung der Arten gefördert.

Die meisten Menschen in Deutschland sind der Meinung, dass Tiere in Zoos artgerecht gehalten werden. Gleichzeitig glauben die Menschen aber auch, dass Tiere in Zoos sich nicht besonders wohlfühlen (Verband der Zoologischen Gärten; forsa, 2019). Diese Meinung wird oft wegen der „kleinen“ Gehege, im Vergleich zur freien Natur angenommen. Trotz dieser beider Meinungen unterstützt 80% der Bevölkerung den Erhalt von Zoos (Verband der Zoologischen Gärten, 2020).

Derzeit gibt es weltweit 11 Einrichtungen, die Orcas halten (WDC Deutschland, 2024). Die meisten dieser Tiere leben in den Anlagen von SeaWorld in den USA und im Chimelong Park in China. Während in immer mehr Ländern ein Verbot zur Haltung und zum Fang der Tiere ausgesprochen wird, boomt die Branche in China, wo immer mehr Marine Parks entstehen. Aufgrund der zunehmenden Fangverbote, hat China nun auch damit begonnen, Orcas zu züchten (WDC Deutschland, 2017).

In Europa gibt es noch 2 Parks, die Orcas halten: Das Marineland Antibes in Frankreich beherbergt zwei Orcas, während der Loro Parque auf Teneriffa vier Orcas hält (WDC Deutschland, 2024). Beide Einrichtungen lehnen es ab, ihre Orcas in Reservate umzusiedeln.

Branche Themen Parks

Viele Parks nutzen Animatronics, um ihre Charaktere zum Leben zu erwecken, was vor allem die jüngeren Besucher begeistert. Diese Technologie findet aber auch bei Erwachsenen Anklang und trägt zur hohen Besucherzufriedenheit bei. Die besucherstärksten Freizeit- und Themenparks weltweit sind die der Walt Disney Attractions. Aber auch die bereits angesprochenen Parks von SeaWorld und Chimelong sind in der Liste der beliebtesten Freizeitparks oben mit vertreten. Der in Europa beliebteste Park ist der Europapark in Rust.

Die Branche wächst stetig, erlebte jedoch während der Corona-Pandemie einen Einbruch der Zahlen, die zuvor gestiegen waren und nun wieder zunehmen (IBISWorld, 2024).

Abb.18: Führende Themenpark Gruppen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Statista, 2024)

7.2 Zielgruppenanalyse

Branche Museum
Museen und Kunstaustellungen ziehen eine breite und vielfältige Besuchergruppe an, wobei dies je nach präsentiertem Thema variiert. Insbesondere besuchen vor allem Familien und junge Erwachsene gerne Museen und Ausstellungen (Statista, 2024). Es gibt jedoch eine Besuchergruppe, die häufiger ein Museum besucht als die allgemeine Bevölkerung. Das betrifft die Umweltschützer (Statista, 2024). Zurückzuführen könnte dies auf ihr größeres Interesse an gesellschaftlichen und umweltbezogenen Themen sein. Denn diese werden oft in Museen und Ausstellungen behandelt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Museumsbesucher sowohl das Lernen neuer Dinge als auch den Unterhaltungsfaktor schätzen.

Branche Zoo
Zoos sind vor allem bei Familien ein beliebtes Ausflugsziel (BAT Stiftung für Zukunftsfragen, 2021). Kinder und Erwachsene können Tiere aus nächster Nähe beobachten, was sowohl unterhaltsam als auch lehrreich ist. Der direkte Kontakt mit den Tieren macht den Zoobesuch für viele besonders attraktiv.

Branche Themenpark
Themenparks ziehen ebenfalls eine breite Besuchergruppe an. Auch hier sind Familien und junge Erwachsene die Hauptbesucher (Statista, 2023). Hier schätzen Besucher die actionreiche Unterhaltung und das Eintauchen in verschiedene Themenwelten.

Standortanalyse
Die Standorte von Museen, Zoos und Themenparks konzentrieren sich hauptsächlich in Städten und touristischen Gebieten. Das hat den Vorteil, dass sie gut zu erreichen und für eine breite Menge an Menschen zugänglich sind.

Zusammenfassung
Der Besuch von Museen, Zoos und Themenparks zählt zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Menschen. Sie bieten eine Mischung aus Bildung, Unterhaltung und gemeinsamen Erleben, was sie für eine breite Besuchergruppe attraktiv macht. Die zwei größten Zielgruppen bilden Familien und junge Erwachsene.

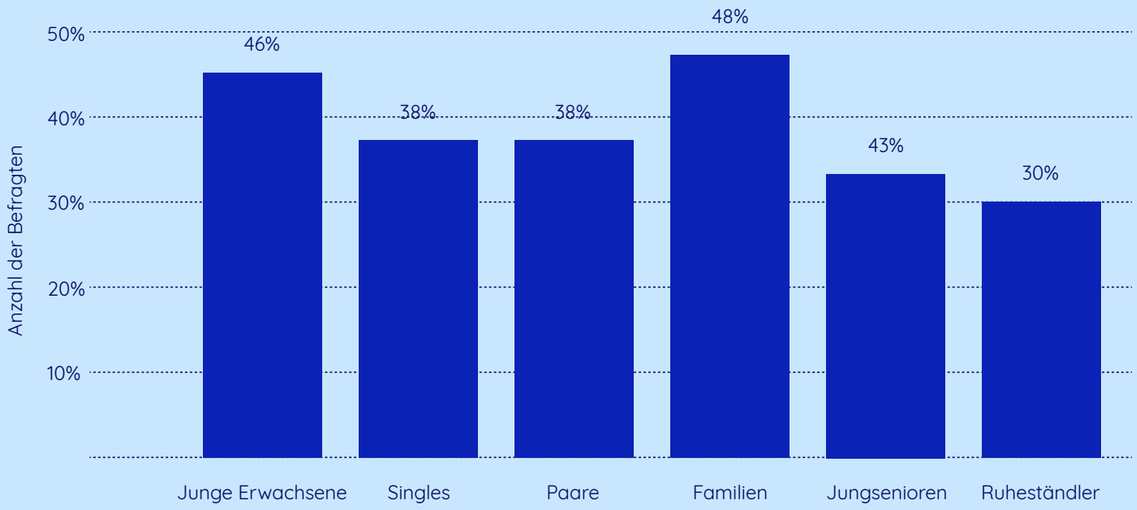


Abb.19: Anzahl der Besucher von Museen nach Altersgruppen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Statista, 2024)

Design Teil

8.1
Naming

Der Markenname ist einer der wichtigsten Bestandteile einer Marke, da dieser oft als erstes erkennbar ist. Zudem schafft der Markenname ein durchgehendes Wiedererkennungsmerkmal, das selten verändert wird.

Bei der Entwicklung ist es wichtig, die durch Analysen gewonnenen Erkenntnisse einzuarbeiten, um zum Einen ihren Nutzen zu vermitteln und zum Anderen die Zielgruppe anzusprechen.

Für eine Ausstellung, die über Orcas informieren möchte, ist es natürlich passend, wenn das Wort „Orca“ im Namen vorkommt. So versteht jeder sofort das Thema. Der zweite Teil des Namens soll den Immersiven Aspekt der Ausstellung vermitteln. Den Besuchern soll bewusst werden, dass sie nicht nur eine „normale“ Ausstellung besuchen, sondern in eine völlig andere Welt eintauchen können.

Eine erste Überlegung war „Orca Immersion“. Hier ist der immersive Aspekt direkt im Namen enthalten. So wird aber zu offensichtlich kommuniziert, dass die Umgebung „nur“ künstlich hergestellt wird. Dies könnte die Illusion der Ausstellung schwächen.

Da es sich bei der Ausstellung um ein einzigartiges Erlebnis handelt, ist ein weiterer Gedanke „Orca Experience“ als Name zu verwenden. Jedoch könnte dies auch auf eine Attraktion in einem Zoo hinweisen oder eine Bootstour. Deswegen wurde auch dieser Gedanke verworfen.

In der weiteren Entwicklung der Namen wurden Begriffe aus dem Meer ausprobiert, die die Lebensräume der Orcas widerspiegeln: „Orca Lagoon“, „Orca Bay“ und „Orca Cove“. Diese Namen zeigen, dass man in der Ausstellung vermutlich auch den Lebensraum der Orcas erforschen kann. Jedoch bestand hier wieder eine Assoziation, die die Interessenten verwirren könnten. Denn man kann unter diesen Namen auch verstehen, dass der wirkliche Ort der Ausstellung eine echte Lagoone oder Küste am Meer ist. Hier fehlt also der immersive Aspekt.

So ist die Überlegung, etwas verspielter mit den Begriffen zu arbeiten. Es gilt die Welt der Orcas erlebbar zu machen und das in einem Umfeld, das ein wenig in das „Fantasy-“Genre fällt. So sind die Begriffe „Universe“, „Realm“ und „Sphere“ in Überlegung geraten. Das „Orca Universe“ betont vor allem „die Welt“ der Orcas. Ein „Realm“ bezieht sich noch etwas stärker auf den Lebensraum der Tiere. Eine „Sphere“ jedoch betont das Gebiet und die Umgebung, in der die Tiere leben. Bei der Sphere tritt mit der Umgebungsbedeutung auch wieder der Immersive Aspekt der Ausstellung mit auf, denn die animatronischen Orcas werden in dieser immersiven Umgebung vorgestellt.

So ist der finale Name der Ausstellung:
ORCA SPHERE

Weitere Namen aus dem Brainstorming:
Orca Horizons • Orca Seas • Orca Voyages • Orca Life • Orca Halo • Orca Encounter • Orca Adventure • Orca Journey • Orca Visions • Orca Passion • Orca Splash • Orca Sanctuary • Orca Visions • Orca Saga • Orca Story • Orca Reef • Orca Wave • Orca Shore • Orca Tide • Orca Coast • Orca Marine • Orca Aqua

ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
ORCA SPHERE

8.2
Logo

Das nächste wichtige Wiedererkennungsmerkmal ist das Logo einer Marke. Der Mensch hat ein sehr visuelles Gedächtnis. Er kann sich Bilder viel besser merken als Namen. Deswegen ist es von Vorteil, wenn das Logo ebenso zu der Marke passt, wie der Name selbst. Es gibt unterschiedliche Arten von Logos. Zum Einen die Wortmarke und zum Anderen die Bildmarke.

Die Wortmarke besteht aus den Buchstaben des Markennamens. Auch Buchstaben sind Gestalungswerkzeuge, die eine Marke einzigartig machen. Die Schriftart bildet in Verbindung mit der Form, die die Buchstaben bilden, ebenso ein Zeichen, wie die Bildmarke (Wäger, 2020). Die Bildmarke ist ein grafisches Zeichen, welches die Marke repräsentiert.

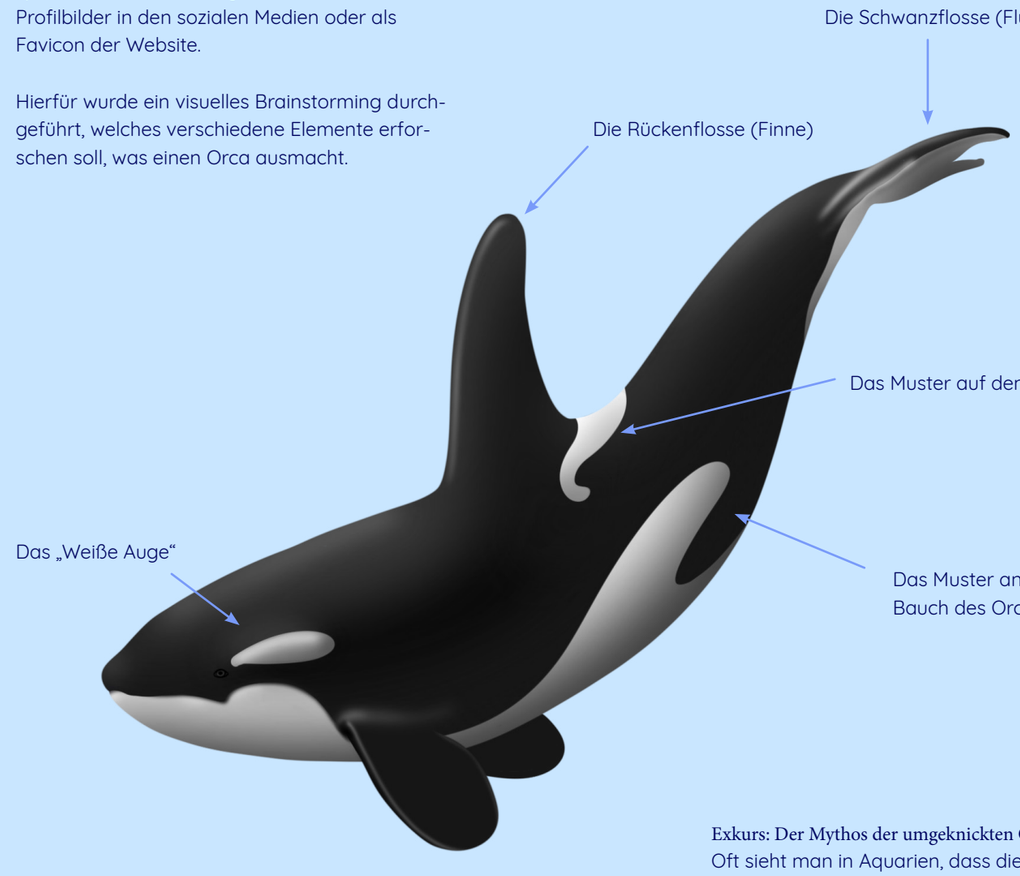
Für die Marke „ORCA SPHERE“ wird eine Wortmarke gestaltet und eine Bildmarke, die in kleineren Formaten funktioniert.

Wortmarke
Die Wortmarke der ORCA SPHERE beinhaltet keine grafischen Elemente, wird jedoch durch ihre einzigartige Form selbst zu einem Element.

Das Erste, was auffällt ist, dass der Name dreimal vorkommt. Der mittlere Teil hebt den Namen der Ausstellung hervor. Die beiden Schriftzüge ober- und unterhalb dem Mittleren zeigen den Aspekt des Eintauchens in eine andere Welt. Denn so ist der Mittlere Schriftzug einerseits umgeben von den anderen beiden und er befindet sich andererseits unter der Oberfläche, wenn man noch auf die Wellenform der Schriftzüge achtet. Diese Wellenform betont das Element des Meeres, welches der Lebensraum der Orcas ist. Denn das Meer ist groß und tief. Nicht so, wie die Becken, in denen sie in Gefangenschaft leben.

Bildmarke
Vor allem für kleine Formate wird die Bildmarke eingesetzt, da die Wortmarke dabei nicht mehr erkennbar ist. Die Wort- und Bildmarke werden hier nicht miteinander kombiniert, sondern in ihren jeweiligen Formaten verwendet. Ein Beispiel für die Verwendung der Bildmarke sind Profilbilder in den sozialen Medien oder als Favicon der Website.

Hierfür wurde ein visuelles Brainstorming durchgeführt, welches verschiedene Elemente erforschen soll, was einen Orca ausmacht.



Interessant an einem Orca sind die unterschiedlichen Muster, die jeden Orca einzigartig machen. Verwendet man diese Muster jedoch ohne Kontext, ist es schwer, sie mit einem Orca in Verbindung zu bringen. Das selbe Problem gibt es mit dem „Weißen Auge“. Es ist ein wesentliches Erkennnungsmerkmal für einen Orca, jedoch ohne Kontext auch schwer zu erkennen. Die Schwanzflosse der Orcas lässt sich auch schwer von anderen Walen unterscheiden, da diese bei den meisten auf der Unterseite heller sind als auf der Oberseite. Wenn man sich natürlich mehr mit Walen auskennt, sieht man natürlich den Unterschied. Was jedoch speziell auf einen Orca zutrifft und somit ein passendes Keyvisual darstellt, ist die große Rückenflosse. Sie kann bei den Männchen bis zu 2 Meter hoch werden.

Exkurs: Der Mythos der umgeknickten Orca-Flosse:
Oft sieht man in Aquarien, dass die Rückenflosse umgeknickt ist. Die Forschung ist sich nicht 100% sicher, was der Grund dafür ist. Denn auch in freier Natur kommt es vor, dass die Rückenflosse geknickt ist. Das passiert in freier Natur hauptsächlich bei den großen Männchen, deren Flosse über 2 Meter hoch werden kann. Diese steht hier nur dann ganz aufrecht, wenn das Männchen genügend Muskeln hat. Da sich die Tiere in Gefangenschaft weit nicht so viel bewegen, wie im Meer, kann man davon ausgehen, dass die Tiere nicht genug Muskeln haben, um die Rückenflosse aufrecht zu halten. Denn in Gefangenschafft kommt es auch vor, dass die Rückenflosse der Weibchen umknickt. Jeff Foster, welcher die Freilassung Keikos begleitet hat, erzählt, dass sich die Rückenflosse von Keiko mit der Zeit wieder leicht aufgestellt hat, als er sich in seinem freischwimmenden Gehege im Meer wieder mehr bewegt hat (Whale Sanctuary Project, 2020).

ORCA SPHERE

Dieses Logo wird hauptsächlich für digitale Anwendungen verwendet und wenn es sich um ein kleines Format handelt, wie beispielsweise ein Profilbild auf Instagram.

Abb.20:Social Media Profil, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Freepik, o. J.)

8.3
Farben

Der nächste wichtige Teil des Brand Designs sind die Farben. Mit jeder Farbe kann man verschiedene Gefühle assoziieren. Beispielsweiße wird die Farbe 'Rot' oft im Zusammenhang mit „Liebe“ verwendet. So ist es wichtig bei der Farbwahl darauf zu achten, welche Bedeutung sie mit sich bringen. Zudem wird darauf geachtet, dass auch die Farben die Werte der Marke repräsentieren.

Da das Thema Wasser eine große Rolle spielt und oft mit der Farbe 'Blau' dargestellt wird, ist es passend Blautöne als Farben zu wählen. Die Farbpalette für das Brand Design der ORCA SPHERE wird in zwei Teile aufgeteilt. Die Primärfarben und die Sekundärfarben.

Primärfarben

Die Primärfarben werden für alle Elemente verwendet, dabei hat jede Farbe ihre spezielle Aufgabe, die sie zu erfüllen hat. Dies ist wichtig zu beachten, da sonst ungünstige Farbkombinationen entstehen können, die darin resultieren, dass man Texte nicht mehr lesen kann, weil der Kontrast zu niedrig ist. Bei der Entwicklung der Farben für das Wasser ist es wichtig, dass die Farben zum offenen Meer passen und nicht zu den seichten Küsten oder den typischen Farben eines Pools.

Abb.21: Pool (Unsplash, 2017)

Dark Marine Blue

Die dunkelste Farbe repräsentiert die Tiefe des Meeres, in der die Orcas oft Leben. Sie steht im übertragenen Sinne dafür, dass das Meer wesentlich tiefer ist als ein Wasserbecken in einem Aquarium. Selbst wenn die Sonne scheint, ist das Meer dunkelblau. Das 'Dark Marine Blue' zeigt zudem die Freiheit, die das Meer mit sich bringt. Die Orcas können schwimmen, soweit sie wollen.

Verwendung findet diese Farbe in Digitalen Anwendungen als Hintergrundfarbe. Im Print wird sie in Verbindung mit einem hellen Hintergrund als Textfarbe verwendet. Diese Kombination wird jedoch nur dann verwendet, wenn viel Text gegeben ist.

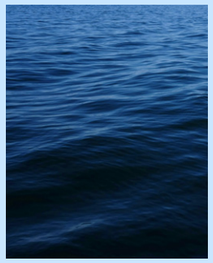


Abb.23: Meer (Unsplash, 2017)

Abb.22: Orca Familie (Skerry, o. J.)

Ocean Blue

Das 'Ocean Blue' steht für den tatsächlichen Lebensraum der Orcas. Orcas leben in allen Weltmeeren und haben alle eines gemeinsam. Sie halten sich nicht zu Nahe an der Oberfläche auf, tauchen aber auch nicht zu tief. So repräsentiert die Farbe 'Ocean Blue' die Wasserschicht im Meer, die sich knapp unter der Oberfläche befindet. Hier dringt noch viel Sonnenlicht in das Wasser. Die Farbe wird vor allem als Hintergrundfarbe verwendet.

Abb.24: Welle (Unsplash, 2017)

Wave Blue

Wellen sind ein immer wiederkehrendes Element in der Ausstellung, deswegen ist es passend, hierfür eine hellere Farbe zu verwenden. Da Wellen an der Wasseroberfläche stark von Sonnenlicht durchflutet werden, sind sie natürlich in einem helleren Blau. Dies sieht man am besten, wenn sich die Wellen an der Küste brechen. Die Wellen des Meeres betonen erneut die Freiheit, die das Meer mit sich bringt. Zusätzlich bedeuten die Wellen aber auch Kraft. Und mit dieser Kraft schaffen sie auch Veränderung.

Ein gutes Beispiel dafür ist eine Felsenküste. Wenn jahrzehnte lang das Meer gegen den Felsen trifft, wird der Stein immer weiter abgetragen.

Diese Kraft der Veränderung unterstreicht das Ziel der ORCA SPHERE, das sie entschlossen verfolgen. Eine Veränderung in der derzeitigen Haltung der Orcas.

Verwendung findet diese Farbe in allen Bereichen. Dies schließt Print und Digitale Anwendungen ein. Zudem wird sie je nach Anlass als Text- oder Hintergrundfarbe verwendet.

Abb.25: Orca springt ins Wasser (Narita, 2019)

Splash White

Diese Farbe dient vor allem für Hintergründe im Print Bereich, wenn viel Text gegeben ist. Denn es ist angenehmer eine dunkle Schriftart auf einem hellen Hintergrund zu lesen. Für Digitale Anwendungen mit dunklem Hintergrund, wird diese Farbe als Textfarbe verwendet. Dies kann aber auch im Printbereich, zum Beispiel bei Tickets und Flyern, vorkommen.

Die Farbe steht für den Schaum, der entsteht, wenn die Orcas aus dem Wasser springen und sich wieder hineinfallen lassen. Dies machen sie in der freien Natur von sich aus. Einen Grund dafür gibt es nicht. Man geht davon aus, dass es ihnen einfach Spaß macht. Interessant ist jedoch, dass die Orcas in Gefangenschaft nur auf Kommando aus dem Wasser springen (Whale Sanctuary Project, 2020). Somit repräsentiert die Farbe 'Splash White' ebenso die Freiheit und den Spaß der Orcas. Zudem unterstreicht sie den Unterhaltungsfaktor, den die Ausstellung mit sich bringt.

Tounge Pink

Die bereits genannten Farben sind alle Blautöne und haben eine beruhigende Wirkung. Diese kann mit Harmonie assoziiert werden und lässt die Besucher sich auf die virtuelle Umgebung einlassen (Wäger, 2020). Da die Ausstellung jedoch auch Aktivität und Spaß verspricht ist eine positive Kontrastfarbe nötig, um das Farbbild zu unterbrechen und lebendiger zu gestalten (Wäger, 2020). Hierfür bietet sich ein Pinkton an. Man kann ihn gut auf blauem Hintergrund erkennen.

Damit die Farbe auch zum Thema passt, wird ein heller Pinkton gewählt, der nicht zu knallig ist. Die Farbe erinnert zudem an die der Zunge eines Orcas. Als Mensch verbinden wir eine herausgestreckte Zunge mit Spaß, weshalb diese Verbindung wiederum zum Konzept der ORCA SPHERE passt.

Abb.26: Orca Zunge (Remedy-Kiua, 2012)

Sekundärfarben

Es gibt zwei grafische Elemente, die im gleichnamigen Kapitel 8.4 vorgestellt werden. Für diese werden zum Einen Abstufungen der Farbe 'Ocean Blue' verwendet - 'Dark Ocean Blue' & 'Light Ocean Blue'. Zum Anderen wird eine weitere Farbe in das Gesamtbild mit aufgenommen. Diese ist ein Türkis-Ton, welcher die Szene lebendiger macht - 'Vivid Aqua'.

Abb.27: Farbpalette, Eigene Darstellung

Dark Ocean Blue
080a9e
R 8
G 10
B 158

Vivid Aqua
05d9d9
R 5
G 217
B 217

Light Ocean Blue
323ed3
R 50
G 62
B 211

Splash White
c9e6ff
R 201
G 230
B 255

Dark Marine Blue
#000661
R 0
G 6
B 97

Ocean Blue
0a22b6
R 10
G 34
B 182

Wave Blue
789af9
R 120
G 154
B 249

Tounge Pink
fdafb8
R 253
G 175
B 184

8.4
Typographie

Wie bereits im Kapitel 8.1 Logo erwähnt, ist die Schriftart ebenso ein wichtiges Gestaltungsmittel, welches Emotionen und Assoziationen in den Menschen hervorrufen kann (Wäger, 2020).

Es wird eine seriöse Schriftart verwendet, da es sich um ein ernstes Thema handelt und den Aspekt eines Museums mit sich bringt. Diese Merkmale findet man in Serifen-Schriftarten wieder. Als weiteres soll die Schrift auch die fließenden Formen des Wassers verkörpern.

Diese beiden Elemente werden bei der Minion verbunden. Sie besitzt einerseits die typischen Serifen, die jedoch nach innen abgerundet sind. Dazu haben manche Buchstaben Tropfen-Formen, wie zum Beispiel das kleine „a“.

Die Minion ist eine klassische Schriftart und besitzt ein gut lesbares Design. Es gibt sie in vielen verschiedenen Schriftschnitten, was sie ideal für ein Brand Design macht.

Für die ORCA SPHERE wird sie für Head- und Sublines verwendet. Durch ihre gute Lesbarkeit kann sie auf großen Postern auch aus der Ferne verwendet werden. Zudem vertritt sie die Eigenschaften der ORCA SPHERE. Deswegen wird sie auch als Schriftart für das Logo verwendet. So wird die Seriosität trotz der bewegten Form der Wortmarke kommuniziert.

ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
ORCA SPHERE

a

Minion Pro Bold Subhead

Minion Pro Regular

Quicksand Regular

Unterstützt wird die Minion durch die Quicksand. Sie gehört zu den Sans Serif Schriftarten und bringt damit eine hohe Lesbarkeit mit sich. Im Gegensatz zur Minion besitzt die Quicksand keine Serifen, was sie gut geeignet für Texte macht. Mit ihren abgerundeten Enden hat sie einen freundlichen und verspielten Ansatz und unterstützt so die Seriosität der Minion.

Bei der Wahl der Schriftgrößen wird ein Versatz von x1,6 verwendet. So entsteht ein harmonisches Schriftbild, welches auf alle Formate angewendet werden kann. Dies wird dadurch begünstigt, dass die beiden Schriftarten von sehr ähnlicher Größe sind.

8.5
Grafische Elemente

Zum Branding der ORCA SPHERE werden auch grafische Elemente gestaltet. Sie unterstützen das Design und bieten verschiedene Einsatzmöglichkeiten.

Die Wasserstruktur
Um den Wasser-Aspekt zu transportieren, wird ein Muster gestaltet, welches vor allem für Hintergründe verwendet wird. Die Farben dafür bilden die drei Abstufungen der Farbe 'Ocean Blue'. Hierfür wurde analysiert, wie die typische Wassertextur entsteht.

Zu Beginn gibt es einen Hintergrund, der am dunkelsten ist. Die durch die Reflexion des Lichtes entstehenden Waben, bilden die nächste Ebene. Die oberste Schicht sind die Highlights. Insgesamt sieht es so aus, als wären die zwei oberen Ebenen leicht verschoben und nicht perfekt übereinander.

Diese Struktur wurde in die Illustration übernommen. Es wird eine minimalistische Illustrationsform verwendet. Dies macht es einfacher zu verstehen, dass die Illustration Wasser darstellen soll.

Die Schwierigkeit beim Illustrieren liegt darin, jede Wabe an die nächste anzupassen und in ein gleichmäßiges Muster zu bringen. Bei diesem Gestaltungsprozess hat es sich als hilfreich erwiesen, zuerst die größeren Waben zu verteilen und die Zwischenräume dann mit den Kleineren zu füllen.

Die Farbgebung spielt ebenfalls eine große Rolle, um die Illusion des Wassers hervorzurufen. Es ist wichtig, dass die Kontraste zwischen den Farben nicht zu hoch sind. Zudem ist es wichtig, die Reihenfolge der Farben zu beachten. Die dunkelste Farbe muss die Unterste sein und die helle Farbe muss die Oberste sein, damit sie als Highlights wirken können.

Abb.28: Reflexionen (Freepik, o. J.)

Die Orcas

Für eine Ausstellung, die sich mit Orcas beschäftigt, ist es nur passend, Orcas als grafische Elemente zu verwenden. Dies macht das Thema greifbar für alle, die mit der Marke in irgendeiner Weise in Berührung treten. Außerdem kann so eine persönliche Note mit in die Ausstellung eingebracht werden und man ist nicht nur auf Grafiken aus anderen Quellen angewiesen.

Da die ORCA SPHERE darauf abzielt die Orcas so realistisch wie möglich darzustellen, ist das auch der Ansatz in der grafischen Gestaltung. Sozusagen der Stil der Illustrationen. Diese realistischen Darstellungen helfen dabei, die Authentizität und den wissenschaftlichen Anspruch der Ausstellung zu unterstreichen.

Da Orcas sehr große Tiere sind, kann man diese Größe auch in Anwendungen nutzen, um die Aufmerksamkeit der Betrachter auf sich ziehen.

Wellen

Die Rückenflosse aus dem Logo des Orcas wird ebenfalls als gestalterisches Element verwendet. Reiht man diese aneinander entsteht ein Wellenmuster. Dieses passt thematisch zur Ausstellung, da mit den Wellen das Thema Meer beziehungsweise Wasser aufgegriffen wird. Jedoch handelt es sich nicht nur um ein klassisches Wellenmuster, sondern verkörpert mehrere Orca-Rückenflossen. Dies könnte sehr abstrakt zeigen, dass Orcas hauptsächlich in Gemeinschaften leben.

Diese Wellen werden doppelt genommen, um den Aspekt des Unterwassers sein hervorzuheben. Verwenden kann man dieses Element, um bestimmte Informationen zu markieren. Zudem können sie als Verzierungen dienen.

Wasserstrudel

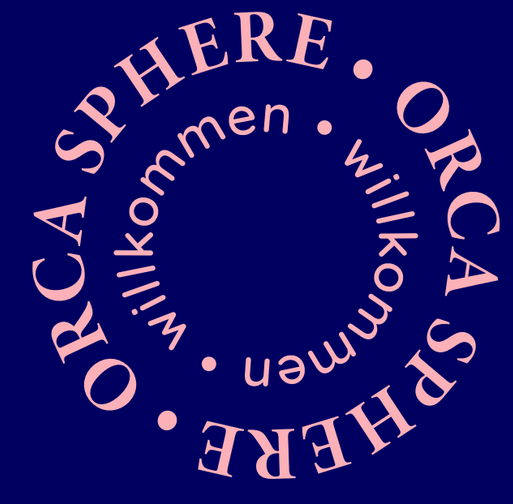
Der Wasserstrudel vertieft noch einmal das Eintauchen in die immersive Welt der Ausstellung. Zudem ist es ein Element, welches die Blickrichtung leiten und Bewegung in eine Darstellung bringen kann. Weiter könnte er dazu genutzt werden, um die Besucher durch die verschiedenen Bereiche der Ausstellung zu führen und deren Aufmerksamkeit gezielt auf bestimmte Exponate oder Informationen zu lenken.

Der Strudel kann auch als symbolisches Element dienen, das die Kraft und Dynamik des Meeres widerspiegelt.

Anzumerken ist, dass der Strudel auch in abstrakten Formen verwendet werden kann. Also beispielsweise nicht, wie im Hintergrund mit einem Blur-Effekt, sondern mit scharfen Linien (siehe links).

Kreisbadges

Ein weiteres Element stellen die Badges dar. Ein Badge besteht immer aus zwei Kreisen. Der äußere in der Headline Schriftart 'Minion Pro'. Für den inneren Kreis wird die Text Schriftart 'Quicksand' verwendet. Die Farben können je nach Bedarf aus der Farbpalette gewählt werden.



8.6
Charaktere

Die Ausstellung beinhaltet 3 animatronische Orcas, mit denen die Besucher interagieren können. Für jeden Orca wird eine eigene Persönlichkeit entwickelt. Diese dient mehreren Zwecken.

Erstens schafft sie eine tiefere emotionale Verbindung zwischen den Besuchern und den Orcas. Menschen reagieren stärker auf lebendige, charaktervolle Darstellungen, als auf anonyme unbelebte Objekte. Indem jedem Orca eine Persönlichkeit verliehen wird, kann eine Beziehung entstehen, die Empathie und Interesse bei den Besuchern weckt.

Zweitens können die Besucher mehr über die Vielseitigkeit und komplexen sozialen Strukturen von Orcas lernen.

Durch diese individuell entwickelten Persönlichkeiten wird die Interaktion mit den Orcas zu einem unvergesslichen Erlebnis. Die Besucher können sich auf unterschiedliche Arten mit den drei Orcas verbinden und ihre Einzigartigkeiten entdecken, was die Ausstellung lebendiger macht.

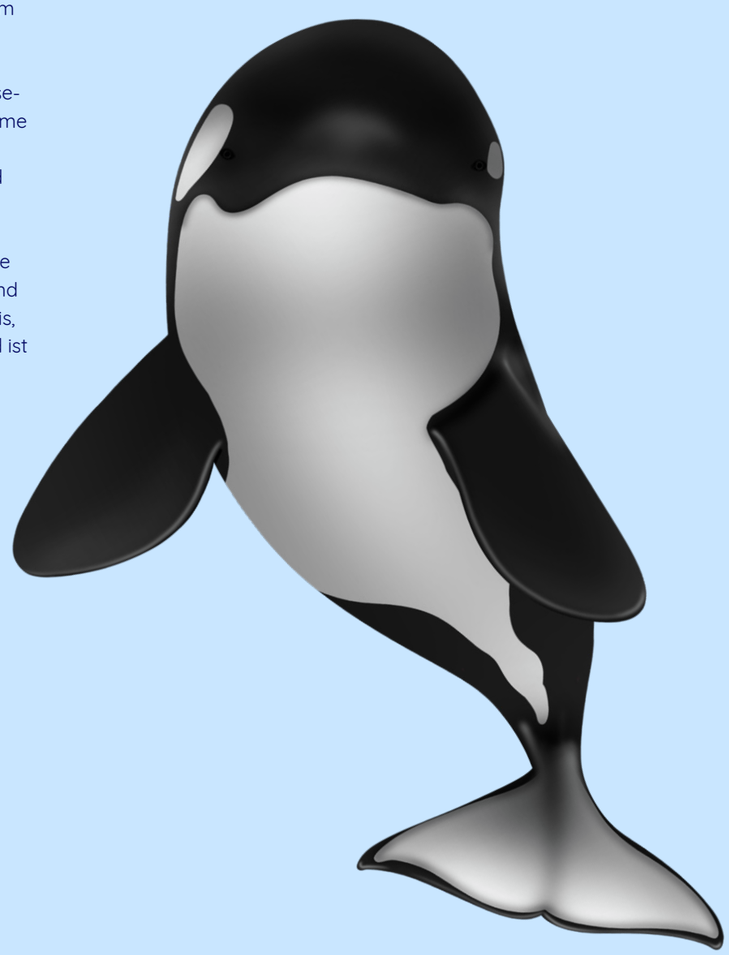
Bei der Entwicklung der Persönlichkeiten wird darauf geachtet, dass die Charaktere nicht zu jung sind, damit die Größe eines Erwachsenen Orcas betont wird.

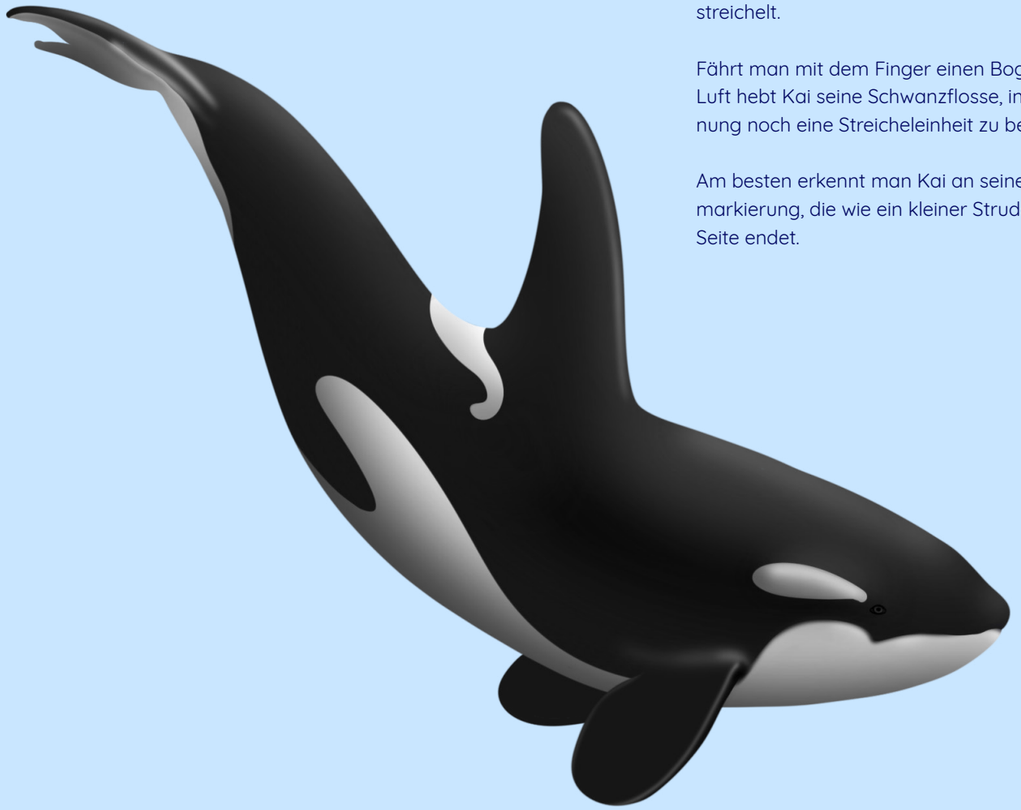
Die Informationen über diese Charaktere werden in der Ausstellung vermittelt. Hier gibt es für jeden Orca in Raum 2 einen Informationsstand.

Nia
Nia ist eine neugierige und wissbegierige Orca-Dame, die für ihre lebhafte und freundliche Natur bekannt ist. Sie liebt es mit Besuchern zu interagieren und neue Dinge zu entdecken. Ihr besonderes Interesse gilt vor allem für menschliche Erfindungen und Dinge, die man selten im Meer sieht.

Mit ihren 20 Jahren ist sie eine junge Erwachsene und misst eine Länge von 7 Metern. Ihr Name stammt aus dem Walisischen und bedeutet „Licht“, was perfekt zu ihrem freundlichen und aktiven Auftreten passt.

Nia wird in der Ausstellung auf eine bestimmte Handbewegung reagieren. Hält man eine Hand über seinen Kopf und dreht sie einmal im Kreis, wird Nia, wenn genug Platzabstand zur Wand ist um den Besucher herumschwimmen.





Kai
Der jüngste Orca in der ORCA SPHERE ist Kai. Er ist 15 Jahre alt und ist, wie Nia 7 Meter lang. Das liegt daran, dass die Orca Männchen von Natur aus größer sind als die Weibchen. Sein Name stammt aus dem Hawaiianischen und bedeutet „das Meer“.

Kai ist sehr verspielt und der Frechdachs der Gruppe. Er liebt es zu spielen und fordert auch gerne Besucher mit einem leichten Stups auf, ihm ihre Aufmerksamkeit zu schenken. Am liebsten mag er es, wenn man ihm die Nase streichelt.

Fährt man mit dem Finger einen Bogen in der Luft hebt Kai seine Schwanzflosse, in der Hoffnung noch eine Streicheleinheit zu bekommen.

Am besten erkennt man Kai an seiner Rückenmarkierung, die wie ein kleiner Strudel an der Seite endet.

Tala
Jede Orca Familie wird von dem ältesten Weibchen geleitet. Sie hat die meiste Lebenserfahrung und bringt ihrer Familie alles bei, was sie zum Überleben braucht. So auch Tala. Aus dem Samoanischen „die Geschichte“ abgeleitet, passt ihr Name perfekt zu ihrer Persönlichkeit. Mit ihren 32 Jahren hat Tala viel erlebt. Sie wacht über ihre Familie und leitet sie mit einem ruhigen Gemüt.

Sie ist eine sehr freundliche Orca-Dame, die nichts so schnell aus der Ruhe bringt. Sie lässt die Besucher gerne nahe an sich heran, damit diese mehr über sie lernen können.

Zeigt man ihr mit dem Finger eine gerade Linie in der Luft auf, wird sie mit dem Kopf nicken und zu singen beginnen. Denn das tut sie sehr gerne und freut sich über jede Gelegenheit.

9.1
Poster

Begonnen wird mit der Gestaltung der Poster. Diese sind einer der ersten Touchpoints mit denen mögliche Besucher in Kontakt kommen. Deswegen ist es wichtig, dass sie die drei wichtigsten Merkmale der Ausstellung kommunizieren. Diese Merkmale sind der Museumsaspekt, der immersive Aspekt, also das Eintauchen in eine andere Welt und die Interaktivitätsmöglichkeit mit den Orcas.

Somit wird für jeden Aspekt ein Brainstorming durchgeführt, um Begriffe zu sammeln, die damit in Verbindung gebracht werden.

Museum
anschauen • lernen • thematisiert • Kultur • Erbe • staunen • entdecken • alte Architektur • große Hallen • Geschichte

Eintauchen | Immersiv
unter Wasser • umgeben • fühlen • mitreißen • einlassen • mittendrinn • 360° • Lichtspiele • Projektionen

Interaktiv
anfassen • ausprobieren • machen • reingehen • teilnehmen • reagieren • erkunden • erleben • spielen • gestalten • Hand

Mit diesen Elementen werden im nächsten Schritt erste Skizzen angefertigt.

Skizzen
Bei diesen Skizzen wurde vor allem Wert auf die Interaktion gelegt. Diese wird durch das Kind inszeniert, welches eine Hand nach den Orcas ausstreckt. Mit ausgestreckter Hand nach etwas zu greifen, zeigt die Faszination an einer Sache. Diese Aktion zeigt auch einen Unterschied zwischen einem Aquarium und der ORCA SPHERE. Denn in einem Zoo findet zwischen den Orcas und den Zuschauern oft wenig Interaktion statt. Hauptsächlich wenn die Orcas in einer Show dem Publikum zuwinken oder ähnliche Tricks durchführen. Die ORCA SPHERE bietet jedoch eine einzigartige Interaktion, wobei die Besucher wirklich nah an die Tiere herantreten, und sie berühren können. Diese Berührung soll durch die ausgestreckte Hand des Kindes ausgedrückt werden.

Die erste Skizze zeigt zu der Berührungsszene viel von einem Hintergrund. Man kann im oberen Teil ein Dach sehen, welches andeuten soll, dass sich die Orcas in einem Raum, spezifischer in einem Museumsraum befindet. So wird der Aspekt des Museums und einer wissenschaftlichen Ausstellung transportiert. Des Weiteren sind in diesem ersten Entwurf mehrere Orcas zu sehen, die darauf verweisen sollen, dass die Tiere in Gruppen leben.

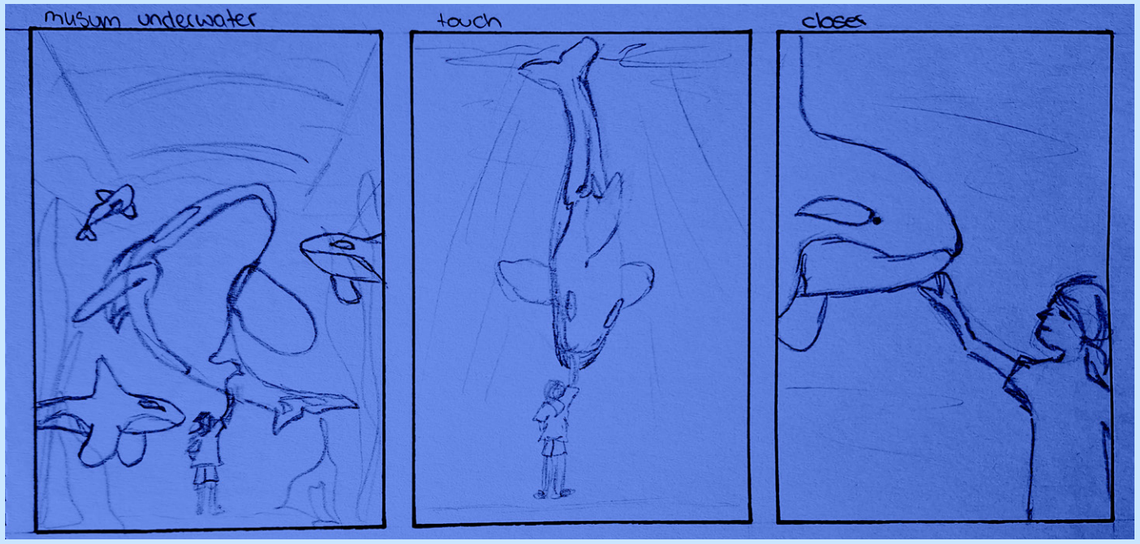


Abb.29: Skizzen, Eigene Darstellung

Die mittlere Skizze fokussiert sich mehr auf diesen speziellen Moment, wenn der Orca sich von dem Kind berühren lässt. Hier wird der Orca ebenfalls in seiner vollen Größe gezeigt, um zu zeigen, dass er eigentlich zu groß und majestätisch ist, um eingesperrt zu sein. Der Hintergrund stellt in diesem Entwurf das Meer dar, wobei durch die Wasseroberfläche das Sonnenlicht die Szene beleuchtet. Damit wird wiederum gezeigt, dass diese Tiere in das offene Meer gehören und nicht in Gefangenschaft.

In der letzten Skizze werden das Kind und der Orca, im Vergleich zu den anderen beiden, sehr nah gezeigt. Damit soll darauf hingedeutet werden, dass man die Orcas in der Ausstellung hautnah erleben kann. Aber auch hier wird der Interaktionsaspekt mit der Hand gezeigt.

Diese drei Skizzen sind nur drei von vielen weiteren, jedoch die mit den meisten Hintergrundinformationen, die auf die Ausstellung hinweisen.

Der Favorit, welcher alle drei Teilaspekt der Ausstellung aufgreift, ist die erste Skizze (links). Aus diesem Grund wird dieser Entwurf im nächsten Schritt weiter ausgearbeitet.

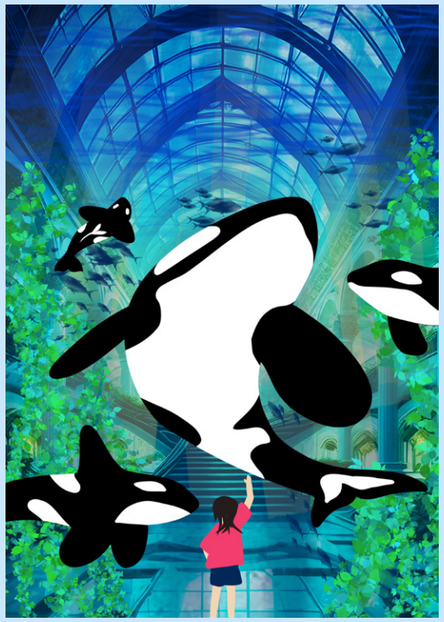


Abb.30: Skizzen, Eigene Darstellung

Dazu wurden zuerst simple Illustrationen angefertigt und Farben ausprobiert. Die Orcas sind natürlich 'Schwarz-Weiß', das Wasser im Hintergrund 'Blau' und 'Türkis'. Das Mädchen sticht mit ihrem pinken T-Shirt als einzige Kontrastfarbe heraus.

In diesem Schritt wird auch die ältere Architektur eines typischen Museums mit in das Poster eingearbeitet. Diese besteht oft aus gläsernen Dächern, die natürliches Licht in das Gebäude lassen und somit eine angenehme Atmosphäre schaffen.

Zudem wurden verschiedene Posen der Orcas ausprobiert, wobei hier auch die Szene aus der zweiten Skizze ausprobiert wird. Damit wird getestet, ob sich beide Szenen kombinieren lassen, was erstmal gut funktioniert.

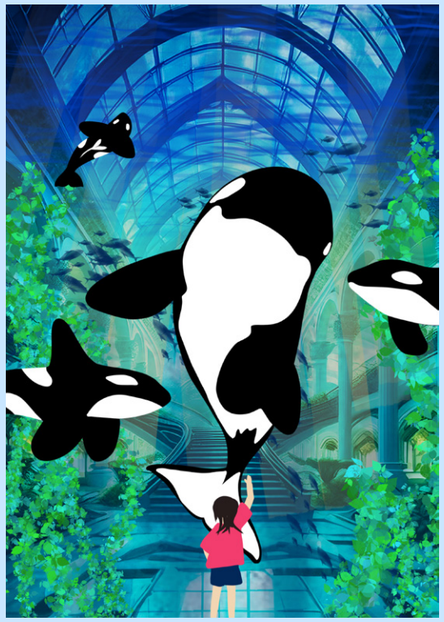


Abb.32: Skizzen, Eigene Darstellung

Abb.31: Skizzen, Eigene Darstellung

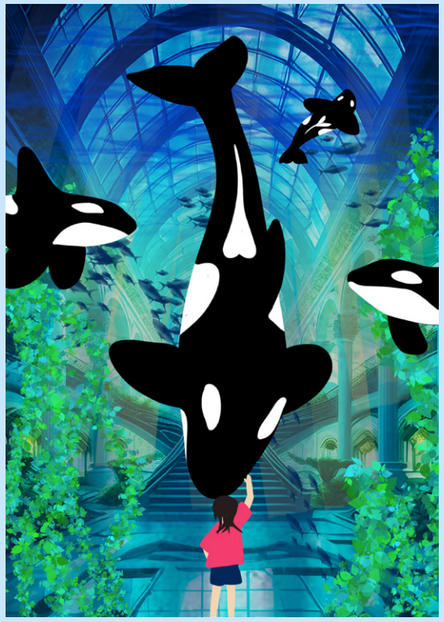
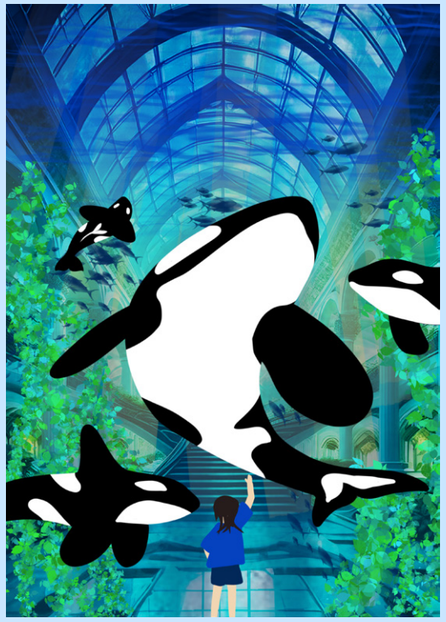


Abb.33: Skizzen, Eigene Darstellung



Hier wird ausprobiert, ob das Kind mit seinem pinken T-Shirt so stark herausstechen muss oder ob die Szene auch funktioniert, wenn das T-Shirt blau ist.

Dies zeigt, dass die Szene zwar genauso funktioniert, jedoch verleiht die knallige Farbe dem Ganzen einen lebendigeren Look.

Auch in einem frühen Entwicklungsstadium der Poster kann es hilfreich sein, die Skizze in ein Mockup zu setzen. Dadurch kann man abschätzen, ob die Wirkung auch in dem Umfeld funktioniert, in dem man es später sehen wird.

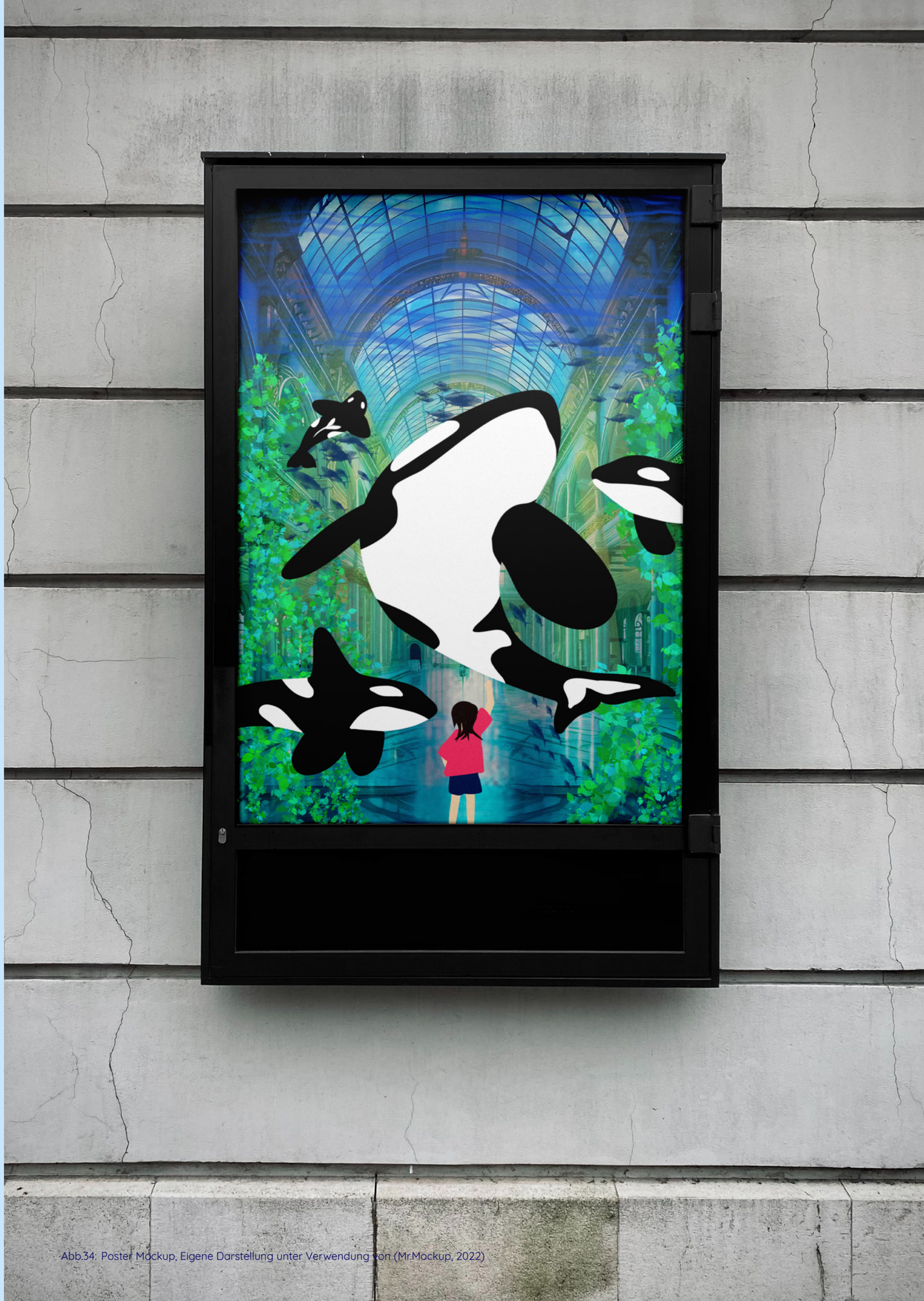


Abb.34: Poster Mockup, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2022)

Abb.35: *Referenzmaterial, Eigene Darstellung unter Verwendung von Adobe Firefly

Der nächste Schritt ist es nun, die Skizze mit mehr Details auszuarbeiten und die finale Szene aufzubauen. Hierzu wurde Adobe Firefly als Hilfsmittel genutzt, um eine genaue Vorlage des Raumes zu kreieren.

Das Dach soll aus einer Glaskuppel bestehen, was den Aspekt einer 'Sphere' darstellt. Zudem sollen Säulenbögen im Raum sein, die ein Gebäude von älterer Architektur inszenieren. Da die Szene unter Wasser stattfinden soll wird auch dies mit in den Prompt aufgenommen. Zudem werden dem Programm zwei Referenzbilder gezeigt, die es ebenfalls einarbeiten soll. Einmal die Ansicht einer Glaskuppel und ein Bild welches einen immersiven Raum mit vielen Lichtern zeigt.

Die entstandene Vorlage macht den nächsten Schritt des Illustrierens wesentlich einfacher, als wenn man selbst eine detaillierte Skizze anfertigen muss, was vor allem in einem perspektivischen Raum nicht ganz einfach ist. Man sieht trotzdem, dass auch die generierte Vorlage nicht perfekt ist, aber sie bietet einen Anhaltspunkt

Hier werden nun alle Elemente zusammengesetzt dargestellt. Man sieht die Wortmarke, die beiden Orcas, das Kind, das Museum im Hintergrund und auch den Strudel, der Bewegung in die Szene bringt. Man könnte zu diesem Zeitpunkt sagen, dass es sich um ein fertiges Poster handelt.

Es wird noch versucht, ob die Wasserstruktur ebenso in das Poster eingebaut werden kann, da auch diese ein wesentlicher Bestandteil des Brandings ist. Zu sehen ist sie zwar schon im unteren Teil des Posters, was den Boden der Szene darstellt, aber das Muster mehr einzubauen hat mehrere Vorteile.

Es ist etwas störend, dass die Figuren, sprich die Orcas und das Kind in einem realistischeren Stil gehalten sind und der Hintergrund sehr simpel. Würde man ihn jedoch mehr Details einarbeiten, würde eine Unruhe in dem Poster entstehen.

Abb.36: Poster Entwurf, Eigene Darstellung

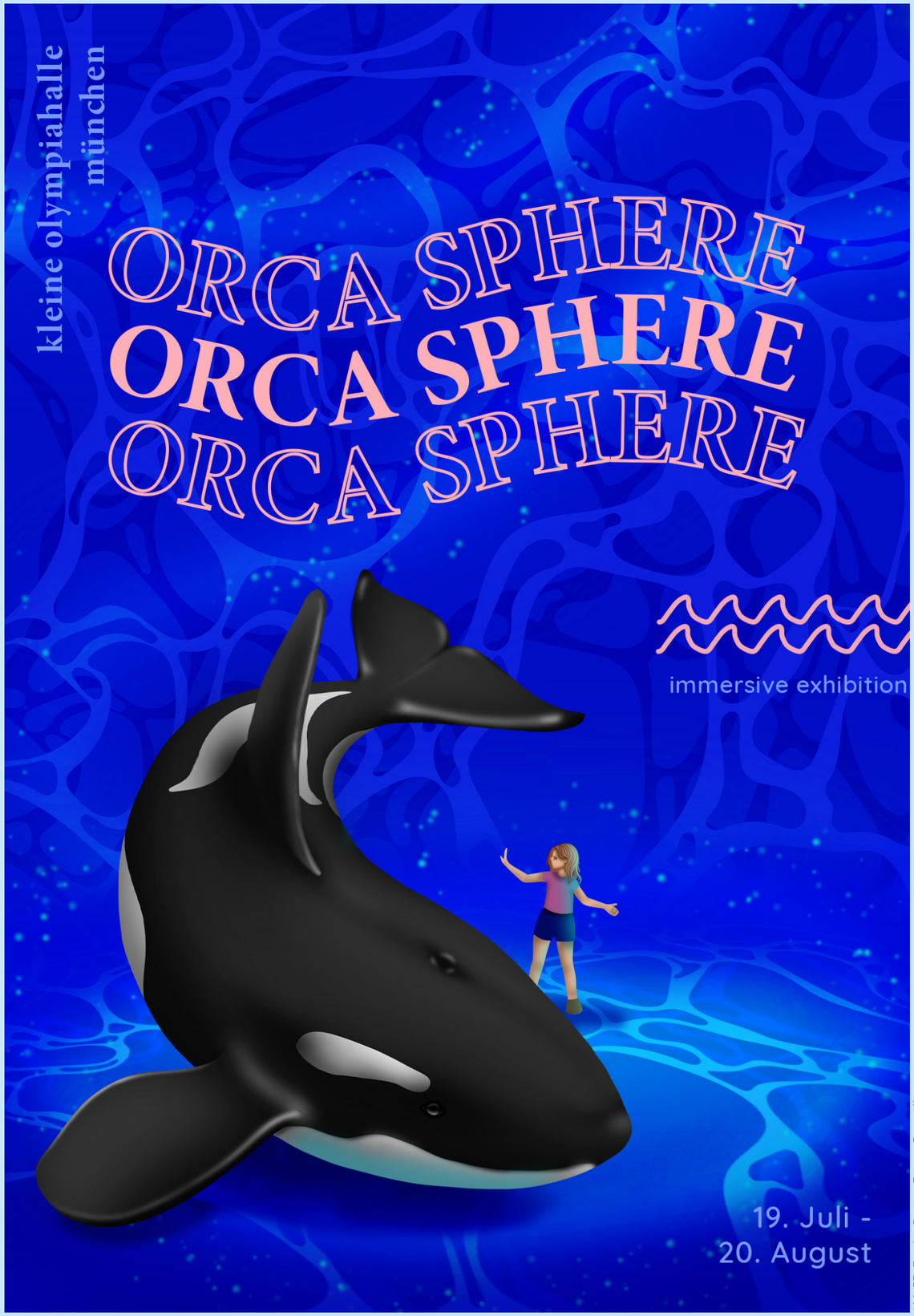


Abb.37: Finales Poster, Eigene Darstellung

Der Hintergrund passt hier, zumindest was den Illustrationsstil angeht, besser zu den Figuren. Dazu werden auch mehr der Brand Design Farben im Poster gezeigt, was wiederum gut ist und den Wiedererkennungswert steigert.

Zudem erweitert der abstrakte Hintergrund den Interpretationsspielraum eines immersiven Raumes, den jede Person anders wahrnimmt. Zugleich wird der Unterwassereffekt verstärkt, was bei dem Poster mit dem Museumshintergrund wahrscheinlich nicht immer verstanden wird.

Nur fehlt dem Poster jetzt der direkte Bezug zu einem Museum, was allerdings keinen großen Verlust darstellt, wenn man bedenkt, dass es kein reines Museum ist, sondern eine immersive Ausstellung mit wissenschaftlichen Aspekten.

Abb.38: Poster Entwurf, Eigene Darstellung

Abb.39: Street View, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Hossain, o. J.)

Die Poster können auf verschiedene Layouts angepasst werden. Dabei ist wichtig zu beachten, dass die Informationen auf dem Poster nicht zu stark verändert werden. Beispielsweise die Angabe „kleine olympiahalle münchen“ ist immer horizontal zu halten und der Schriftzug „immersive exhibition“ immer unter den Wellen.

Abb 40: Museumsgebäude, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2022)

Auf großen Postern im Querformat sind die Orcas in Lebensgröße dargestellt. Das ist ein Blickfang für die Passanten. Es fordert sie auf sich daneben zu stellen um ein Foto zu machen.

Abb.41: Street View, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Behance, 2023)

9.2
Programmflyer

Der Programmflyer ist das nächste visuelle Element, das gestaltet wird. Das hat den Grund, dass er den Raumplan der Ausstellung enthalten soll, damit die Besucher eine Orientierung über die verschiedenen Inhalte der Ausstellung haben.

Das Design beinhaltet auch alle Elemente des Brandings, mit einer Ausnahme. Als Hintergründe für Texte wird hier ein Farbverlauf verwendet, der den Text besser lesbar macht. Da der Flyer nur innerhalb der Ausstellung ausliegt, ist es umso wichtiger, dass sich Texte von ihrem Hintergrund abheben, da es dort nur schwach beleuchtet ist.

Auf der Vorder- und Rückseite ist das Muster zu sehen. Klappt man den Flyer auf findet man eine Begrüßung, die an die Besucher gerichtet ist. Zudem bekommen die Besucher hier eine kurze Information zum Umgang mit den Orcas. Diese Information hängt allerdings auch mehrfach in der Ausstellung selbst aus, damit auch Besucher diese erhalten, wenn sie keinen Flyer mitnehmen.

Klappt man den Flyer weiter auf findet man den Raumplan der Ausstellung. Dies ist praktisch für den Besucher. Hier bekommt er einen groben Überblick über die verschiedenen Themen der Ausstellung.

Für Menschen, die mehr über das Projekt der ORCA SPHERE erfahren möchten, steht auch hier eine kurze Zusammenfassung der Mission und Vision.

Abb.42: Flyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mockups Design, 2023)

Abb.43: Flyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mockups Design, 2023)

9.3
Miniflyer

Flyer, die in der Öffentlichkeit ausgelegt sind, sind wesentlich kleiner. Das macht es einfach sie im Vorbeigehen einzustecken und mitzunehmen. Sie haben ein Format von 5 x 9 cm. Man kann sie an typischen Orten finden, an denen Flyer ausgelegt sind. So zum Beispiel in Cafés Gemeindezentren, Hotels und Touristeninformationen.

Auf der Vorderseite ist das Hauptposter der Ausstellung zu sehen. Innen findet man eine kurze Information darüber, was die ORCA SPHERE ist und was Besucher erwarten können.

Das Innendesign ist sehr schlicht gehalten. Das hat den Grund, dass der Flyer sehr klein ist. Er dient dazu die wichtigsten Informationen zu vermitteln. Auf der Rückseite stehen der Ausstellungsort, der Zeitraum, die Öffnungszeiten und eine Web-Adresse für mehr Informationen.

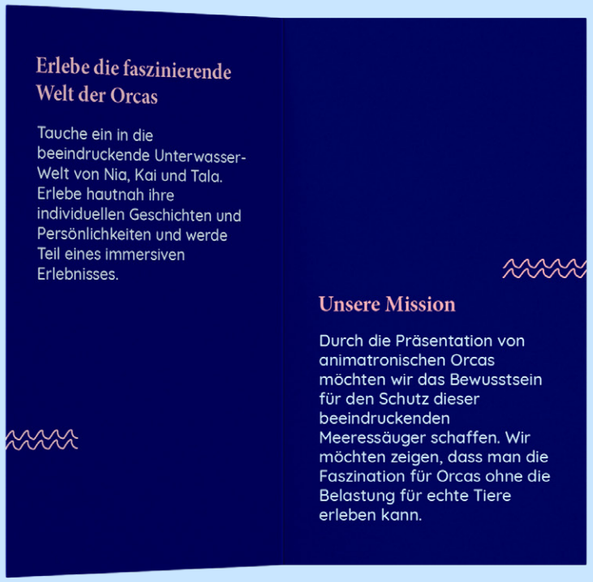


Abb.44: Miniflyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2020)

Abb.45: Miniflyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2020)

9.4
Tickets

Die Gestaltung der Tickets ist darauf ausgelegt, dass sie ein Teil der Ausstellung sind, welches die Besucher mit nach Hause nehmen können. Sie können als Dekoration oder Sammelstück dienen und erinnern immer wieder an die faszinierende Welt der ORCA SPHERE. So entsteht eine bleibende Verbindung zwischen den Besuchern und der Ausstellung, die über den eigentlichen Besuch hinausgeht.

Damit sind die Tickets eine perfekte Kombination aus Funktionalität und ästhetischem Wert.

Ein besonderes Highlight ist, dass es nicht ein Ticketdesign gibt, sondern eine Mehrzahl an Motiven. Diese Vielfalt macht das Sammeln der Tickets, vor allem für Kinder, zu einem spannenden Nebenereignis.

kleine olympiahalle
münchen

19. Juli -
20. August

TICKET
willkommen

Abb.46: Tickets, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Dribbble Graphics, 2023)

9.5
Website

Die Website ist ein weiterer wichtiger Touchpoint. Hier können sich Menschen vor und nach dem Besuch der Ausstellung über das Projekt informieren und eine Vielzahl von Informationen aufrufen. Im Vorhinein können auf der Website Tickets gekauft werden. Diese werden dann vor Ort eingelöst und ausgedruckt.

Die Website bietet nicht nur eine einfache und benutzerfreundliche Möglichkeit Tickets zu erwerben, sondern auch einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Aspekte der Ausstellung. Besucher können sich über die Hintergründe und die Mission der ORCA SPHERE informieren. Zudem können sie die Geschichten und Persönlichkeiten der animatronischen Orcas kennenlernen.

Der Wasserstrudel wird hier als leitendes Element verwendet. Indem der Blick des Betrachters dem Strudel folgt, werden beim Scrollen mehr und mehr Informationen aufgezeigt. Auch die Wellen-Elemente bieten auf der Website eine Orientierungshilfe.

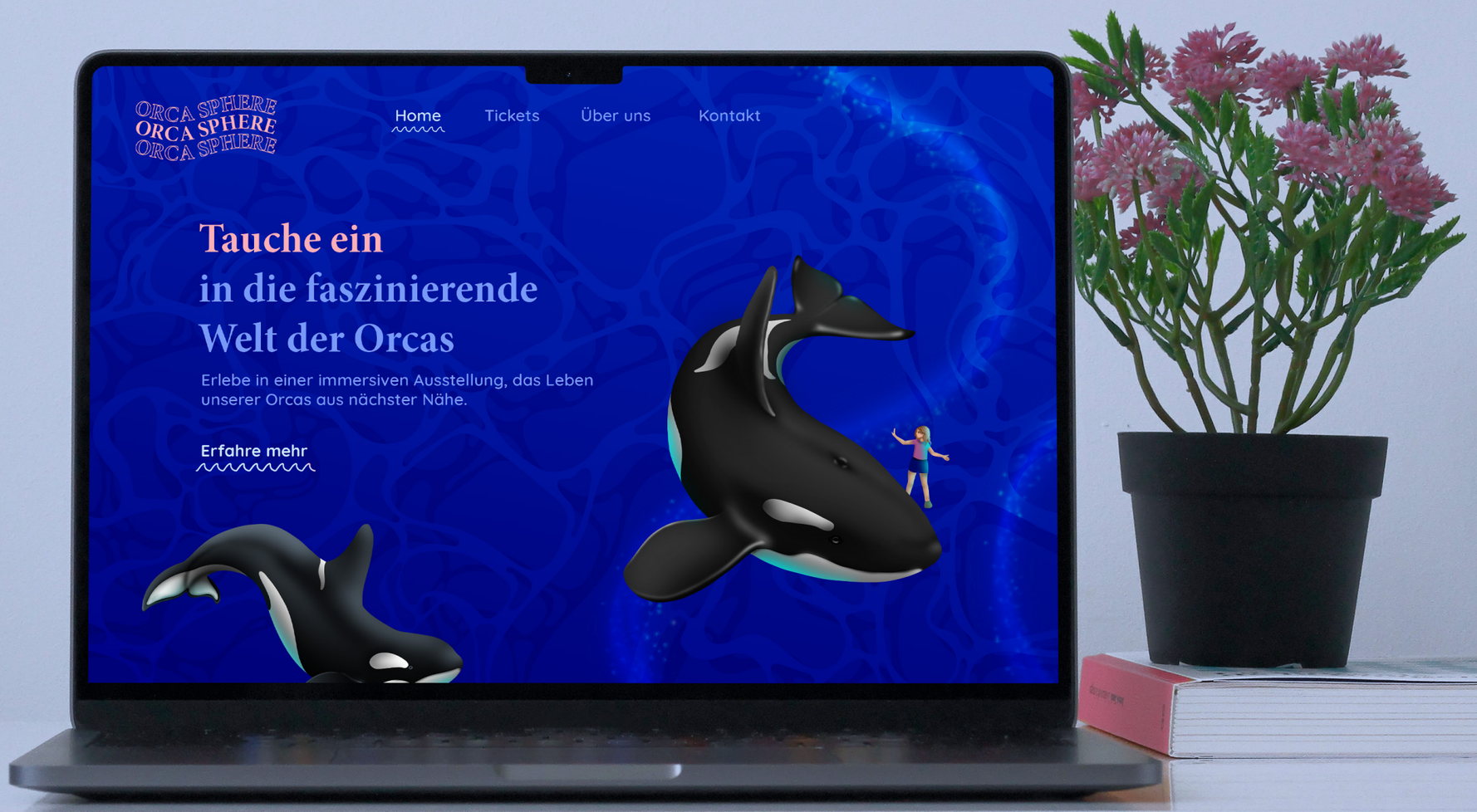


Abb.47: Laptop mit Website, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2023)

9.6
Social Media

Die sozialen Medien bieten ebenfalls eine Plattform, auf der Menschen vor und nach dem Besuch der Ausstellung mehr Informationen über das Projekt finden können. Zudem bieten Plattformen, wie Instagram und Co. eine Möglichkeit, um eine Community aufzubauen, die sich in diesem Fall für den Schutz der Orcas einsetzt.

Der Instagram-Account präsentiert, neben spannenden Fakten rund um das Thema Orcas, auch Blicke hinter die Kulissen. So können Follower noch mehr über die Animatronics lernen.

Die Plattform bietet auch die Funktion, dass Informationen kurzfristig und weitläufig geteilt werden können. Wenn es an einem Feiertag zum Beispiel besondere Angebote gibt, kann diese Information so geteilt werden.

Insgesamt bieten die sozialen Medien eine dynamische und vielseitige Plattform, die es ermöglicht, die Botschaft und Ziele der ORCA SPHERE effektiv zu verbreiten und eine engagierte und informierte Gemeinschaft aufzubauen.

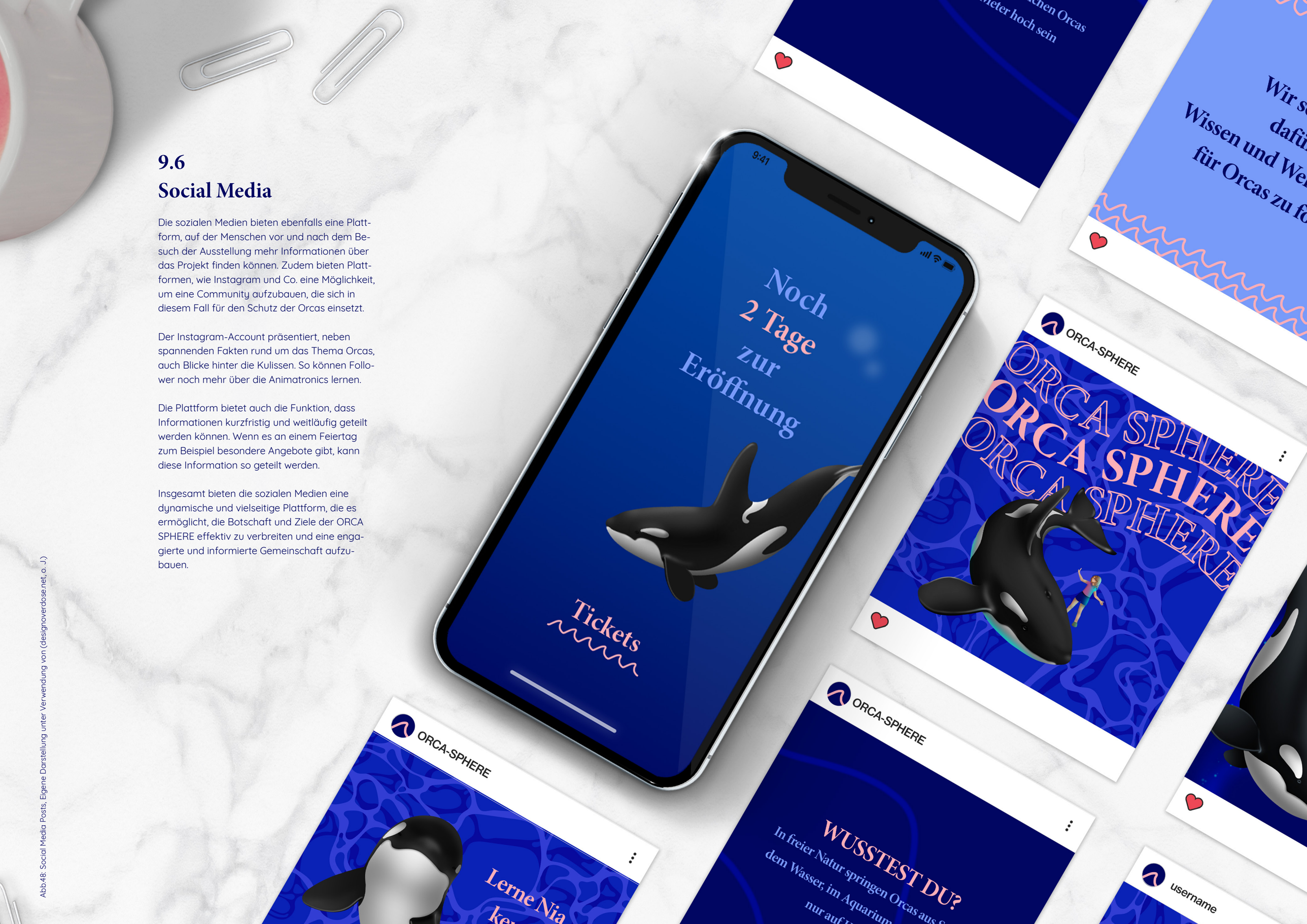


Abb.48: Social Media Posts, Eigene Darstellung unter Verwendung von (designoverdose.net, o. J.)

9.7
ID Karten

Jeder Mitarbeiter kann seine ID-Karte personalisieren. Zum einen steht der eigene Name im Stil der Wortmarke vorne drauf. Zusätzlich kann ein Orca als Anhänger ausgewählt werden.

So kann der Name des Mitarbeiters und dessen Funktion leicht erkennbar gemacht werden, was wichtig für eine gute Kommunikation im Team und mit den Besuchern ist.

Insgesamt tragen die ID-Karten der Mitarbeiter dazu bei, die Identität der Ausstellung zu stärken und die Bindung der Mitarbeiter zur Marke zu vertiefen. Sie sind ein kleines, aber bedeutendes Detail, das die Professionalität und den Zusammenhalt des Teams unterstreicht.

Abb.49: ID Karte, Eigene Darstellung

Abb.50: ID Karte, Eigene Darstellung

Abb.51: ID Karte, Eigene Darstellung

Abb.52: Team Outfit, Eigene Darstellung unter Verwendung von (MrMockup, 2022)

9.8

Team Bekleidung

Das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter wird durch T-Shirts unterstützt. Das Team tritt so in einem passenden Look auf.

Zudem erhält jeder Mitarbeiter eine Tasche in der derjenige persönliche Gegenstände, Arbeitsmaterialien und Snacks transportieren kann. Durch die Tasche haben diese Dinge einen festen Platz und liegen nicht unordentlich herum. Dies unterstützt die Professionalität, mit der das Team auftritt.

9.9
Merchandise

Taschen
Die Taschen können die Besucher als Souvenir mitnehmen. Damit tragen die Taschen dazu bei, dass die Erlebnisse der ORCA SPHERE noch lange in Erinnerung bleiben.

Diese wiederverwendbaren Stofftaschen tragen außerdem dazu bei, nicht mehr so viele Einmal-Plastiktüten zu verwenden. Damit tragen sie zum Schutz des Meeres bei, denn dort landet leider immer mehr Plastik.

Abb.53: Taschen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2024)

Hoodies

Die ORCA SPHERE bietet als Souvenir auch Hoodies an. Davon gibt es ein eher schlichteres und ein auffälligeres Design. Damit wird sicher-gestellt, dass für jeden etwas dabei ist.

Abb.54: Hoodies, Eigene Darstellung unter Verwendung von (MockupFree.co, o. J.)

Abb.55: Lesezeichen im Buch, Eigene Darstellung

Lesezeichen

Die Orca-Illustrationen bieten sich sehr gut als Lesezeichen an. Die geflochtenen Bändel sorgen dafür, dass das Lesezeichen nicht nach unten aus dem Buch herausrutschen kann.

Abb.56: Lesezeichen, Eigene Darstellung

»Dorian, sie gefällt mir nicht.«
Der Prinz spürte den aufsteigenden Ärger seines Freundes
wechselte das Thema. »Was ist mit diesem toten Champion
Augenfresser? Schon eine Idee, wer das getan haben könnte
warum?«

Chaols Augen verdüsterten sich. »Ich habe es mir die
Tage wieder und wieder angesehen. Der Körper wurde v
men zerstört.« Alle Farbe wich aus Chaols Gesicht. »Die
weide sind herausgerissen worden und verschwunden, selb
Gehirn fehlte. Ich habe deinem Vater eine Nachricht geschic
der Zwischenzeit ermittle ich weiter.«

»Ich wette, es war nur eine Schlägerei unter Betrunkenen«, sa
Dorian, obwohl er selbst in ziemlich viele Schlägereien verwick
gewesen war und nie gehört hatte, dass dabei jemandem die Einge
weide herausgerissen worden wären. Ein Anflug von Angst machte
sich in ihm breit. »Mein Vater ist wahrscheinlich froh darüber, dass
er den Augenfresser los ist.«

»Das hoffe ich.«

grinste und legte dem Captain einen Arm über die Schul-
mittlungen führst, ist die Sache bestimmt morgen
nd schob seinen Freund in den Speise-

seufzte. Was für ein schreckliches
sicher, wo sie hinwollte, und verließ
hätte sie sich gern bei Chaol für heute
er sich aufgeführt hatte ... Sie
res zu tun, als die be-
r eigentlich

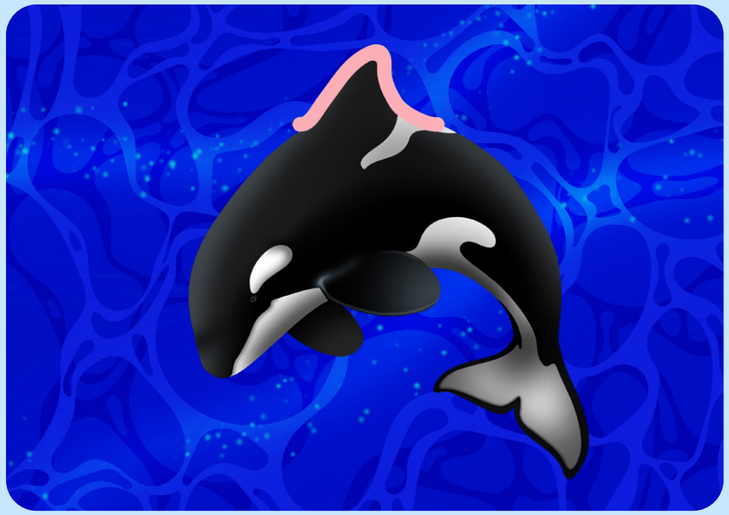
Celaena
Ende. Sie stand
ihr Schlafzimmer. Eigentlich hätte sie sich
Nachmittag entschuldigt, aber so, wie er sich aufgeführt hatte ... Sie
schritt durch ihre Räume. Er hatte also Wichtigeres zu tun, als die be-
rühmteste Verbrecherin der Welt zu bewachen? Sie war eigentlich
nicht gern so verletzend, aber ... hatte er es nicht verdient?

Sie hatte sich völlig lächerlich gemacht, als sie das mit dem Erbre-
chen erwähnt hatte. Und sie hatte ihm alle möglichen Schimpfwö
ter an den Kopf geworfen. Vertraute er ihr oder hasste er sie? Cela
betrachtete ihre Hände und merkte, dass sie die ganze Zeit a
Nägeln gekaut hatte. Wie hatte sie sich von der meistgefür
Gefangenen in Endovier in so ein albernes Nervenbünde
deln können?

Dabei hatte sie ganz andere Sorgen – etwa die Pri
Und den ermordeten Champion. Sie hatte alle Türan
liert, dass sie laut quietschten, sobald die Türen
ld jemand ihren Raum betrat, wüsste sie e
deln entwenden können und sie f
ein Stück Seife gedrü
unbekannte

kleine olympiahalle
münchen
ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
immersive exhibition
19. Juli -
20. August

ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
ORCA SPHERE

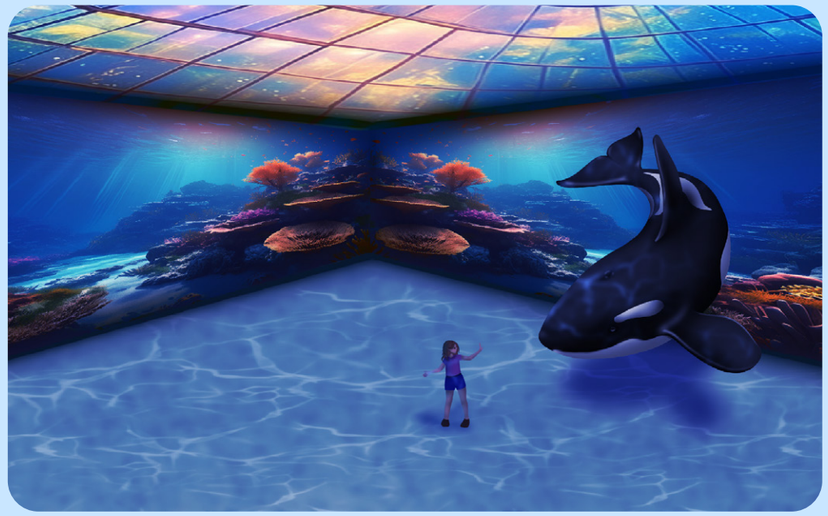


ORCA SPHERE • ORCA SPHERE • willkommen • willkommen •

ORCA SPHERE
ORCA SPHERE
20.Juli - 20. August

KERSTIN KERSTIN

Programm
Über unsere ORCAS
Tauchen Sie ein in die Faszination der Orcas



Acknowledgement

Diese Arbeit war von Anfang an ein großes Herzensprojekt und so möchte ich es auch mit einem großen Dank an all die beenden, die mir in dieser Zeit zur Seite gestanden sind.

Ein riesengroßes Dankeschön an meine Mama. Danke, dass du mir dabei geholfen hast, den Rohtext immer wieder Korrektur zu lesen. Ich weiß meine Schachtelsätze waren anstrengend.

Danke auch dir Daniel, dass du immer wieder mit Rat zur Seite gestanden hast. Du hattest immer noch eine ganz andere Meinung als nicht Design- und Kunstmensch, aber genau das macht deine Anmerkungen so wertvoll. Du siehst, wenn etwas funktioniert und du merkst auch, wenn etwas noch nicht ganz durchdacht ist. Ich kann dir gar nicht genug danken, dass du mich immer wieder motiviert hast, mein Bestes zu geben und, dass du dir immer meine Gedanken und Sorgen angehört hast.

Vielen Dank auch an dich Manja, mit dir einmal die Woche zu arbeiten hat mich echt immer wieder aufgebaut. Mal nicht dieselben 4 Wände um mich herum. Und natürlich danke, dass ich immer zu dir kommen kann, wenn ich Hilfe bei etwas, oder deine ehrliche Meinung gebraucht habe. Hier noch deine Credits an das Model stehen für die ID-Karten. Du hast mir das Leben da echt um einiges leichter gemacht. Danke dir.

Ohne dich Lea, hätte ich es glaube ich nicht so lang an meinem Schreibtisch ausgehalten. Unsere schier gar endlosen Co-Working Sessions werde ich nie vergessen. Ich bin dir so dankbar, dass wir das fast jeden Tag durchgezogen haben. Wir können in dem Sinne echt richtig Stolz auf uns sein.

Ich danke euch allen für eure Unterstützung. Ich hatte eine herausfordernde Zeit, aber ihr habt es möglich gemacht, dass ich eine Riesenfreude an dem Projekt habe.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit bestätige ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.

Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken (dazu zählen auch Internetquellen) entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Kerstin Huber

Memmingen, den 19.07.2024

Abbildungsverzeichnis

Abb.01: Orcas im Meer (Herhaus, 2024) 11
Abb.03:Orcashow (Walker, 2020) 12
Abb.02:(Araveeporn, o. J.) 13
Abb.04: Orca in Transporttrage (The Keiko Project, 2024) 15
Abb.05:FreeWilly 2 (Edge Innovations, o. J.) 17
Abb.06: Anaconda (Edge Innovations, o. J.) 17
Abb.07: Delle (Edge Innovations, o. J.) 18
Abb.08: Dinosaurier Animatronic (Edge Innovations, o. J.) 21
Abb.09: Augen Skizze (Roche - Fokus Mensch, 2022) 22
Abb.10: Eigene Darstellung unter Verwendung von (Heimann & Schütz, 2017) 25
Abb.18: Führende Themenpark Gruppen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Statista, 2024) 43
Abb.19: Anzahl der Besucher von Museen nach Altersgruppen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Statista, 2024) 44
Abb.20:Social Media Profil, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Freepik, o. J.) 51
Abb.21: Pool (Unsplash, 2017) 52
Abb.23: Meer (Unsplash, 2017) 53
Abb.22: Orca Familie (Skerry, o. J.) 53
Abb.24: Welle (Unsplash, 2017) 54
Abb.28: Reflexionen (Freepik, o. J.) 62
Abb.29: Skizzen, Eigene Darstellung 75
Abb.30: Skizzen, Eigene Darstellung 76
Abb.31: Skizzen, Eigene Darstellung 76
Abb.32: Skizzen, Eigene Darstellung 77
Abb.33: Skizzen, Eigene Darstellung 77
Abb.34: Poster Mockup, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2022) 79
Abb.36: Poster Entwurf, Eigene Darstellung 83
Abb.37: Finales Poster, Eigene Darstellung 84
Abb.38: Poster Entwurf, Eigene Darstellung 85
Abb.39:Street View, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Hossain, o. J.) 86
Abb.41: Street View, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Behance, 2023) 90
Abb.42: Flyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mockups Design, 2023) 93
Abb.43: Flyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mockups Design, 2023) 95
Abb.44: Miniflyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2020) 96
Abb.45: Miniflyer, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2020) 97
Abb.47: Laptop mit Website, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2023) 102
Abb.48: Social Media Posts, Eigene Darstellung unter Verwendung von (designoverdose.net, o. J.) 104
Abb.49: ID Karte, Eigene Darstellung 107
Abb.50: ID Karte, Eigene Darstellung 108
Abb.51: ID Karte, Eigene Darstellung 109
Abb.52: Team Outfit, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2022) 110
Abb.53: Taschen, Eigene Darstellung unter Verwendung von (Mr.Mockup, 2024) 113
Abb.55: Lesezeichen im Buch, Eigene Darstellung 117

Literaturverzeichnis

Allen, A., Drummond, T., & Kulic, D. (2024, Juni). Robots Have Been Seen and Not Heard: Effects of Consequential Sounds on Human-Perception of Robots.

Anwendungsdisziplinen Psychologie: Bedeutung & Definition. (o. J.). StudySmarter. Abgerufen 16. Mai 2024, von https://www.studysmarter.de/schule/psychologie/anwendungsdisziplinen-der-psychologie/

Araveeporn, T. (o. J.). Nagoya Japan May 12 2019 Silhouette Stockfoto 1490563685. Shutterstock. Abgerufen 13. Juli 2024, von https://www.shutterstock.com/de/image-photo/nagoya-japan-may-12-2019-silhouette-1490563685

Armstrong, B., & Mitchell, A. (Regisseure). (2021). Die geheimnissvolle Welt der Wale (1) [Dokuserie]. In Disney +.

BAT Stiftung für Zukunftsfragen. (2021). Freizeit-Beschäftigung „In den Zoo/Tierpark gehen". Statista. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/666045/umfrage/umfrage-zur-freizeit-beschaeftigung-in-den-zoo-tierpark-gehen-nach-lebensphase/

Beek, J. T. (2018). The Immersive Theme Park—Analyzing the Immersive World of the Magic Kingdom Theme Park [MASTERTHESIS CREATIVE INDUSTRIES]. Radboud University Nijmegen.

Behance. (2023, Mai 19). Alex Paliotta. Behance. https://www.behance.net/paliotta

Camebridge Dictionary. (2024, April 24). Animatronics. https://dictionary.cambridge.org/de/worterbuch/englisch/animatronics

Cornelsen Verlag GmbH. (o. J.). Assoziation Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Herkunft | Duden. Abgerufen 29. Juni 2024, von https://www.duden.de/rechtschreibung/Assoziation

Cowperthwaite, G. (Regisseur). (2013). Blackfish [Dokumentarfilm/Thriller].

designoverdose.net. (o. J.). Instagram Templates | Stories, Highlights & Feed Templates. DesignBundles.Net. Abgerufen 18. Juli 2024, von https://designbundles.net/templates/social-media/instagram

dpicampaigns. (o. J.). Take Action for the Sustainable Development Goals. United Nations Sustainable Development. Abgerufen 1. Februar 2023, von https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/

Edge Innovations. (o. J.-a). Film & Television. Edge Innovations. Abgerufen 14. Januar 2024, von https://www.edgefx.com/film-television

Edge Innovations. (o. J.-b). Real-time Animatronics. Edge Innovations. Abgerufen 13. Juli 2024, von https://www.edgefx.com/real-time-animatronics

Freepik. (o. J.-a). Free Vector | Realistic instagram photo frame on smartphone collection. Freepik. Abgerufen 14. Juli 2024, von https://www.freepik.com/xhr/detail/4264418?type=vector&query=social%20media%20mockup

Freepik. (o. J.-b). Unterwasser-Foto von einem Pool | Kostenlose Foto. Freepik. Abgerufen 14. Juli 2024, von https://de.freepik.com/fotos-kostenlos/unterwasser-foto-von-einem-pool_954307.htm

Freethink (Regisseur). (2021, Juli 24). How robots could end animal captivity in zoos and marine parks | Just Might Work [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=AZeyHTJfi_E

German Eventlocations. (o. J.). Location Kleine Olympiahalle in München / Milbertshofen-Am Hart. Munich Eventlocations. Abgerufen 2. Juli 2024, von https://www.munich-eventlocations.de/location/muenchen/1150/kleine-olympiahalle

Haskell, S., Hosmer, A., & Leu, E. (2005). An extensible platform for interactive, entertaining social experiences with an animatronic character. ACE '05: Proceedings of the 2005 ACM SIGCHI International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology, 511.

Heimann, M., & Schütz, M. (2017). WIE DESIGN WiRKT - Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung (1. Aufl.). Rheinwerk.

Herhaus, K. (2024, März 19). Mysteriöse Entdeckung: Forscher beobachten potentielle neue Orca-Population im Pazifik. Gentside Deutschland. https://www.gentside.de/wissen/entdeckung/mysterioese-entdeckung-forscher-beobachten-potentielle-neue-orca-population-im-pazifik_art28302.html

Hossain, T. (o. J.). Free Mockup Poster Mockup. Abgerufen 16. Juli 2024, von https://www.behance.net/asset/473817/Free-Mockup--Poster-Mockup

IBISWorld. (2024, Mai 8). IBISWorld—Industry Market Research, Reports, and Statistics. IBISWorld. https://www.ibisworld.com/default.aspx

Loro Parque. (2022, September 27). Loro Parque en redes. Loro Parque. https://www.loroparque.com/de/datenblatt-tiere-orcas/

Loro Parque, L. (2018, August 12). Loro Parque en redes. Loro Parque. https://www.loroparque.com/de/ist-freilassung-meeressaeugern-oder-ueberfuehrung-meeresreservate-alternative/

Manby, J. (2016, März 17). Op-Ed: SeaWorld CEO: We're ending our orca breeding program. Here's why. Los Angeles Times. https://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-0317-manby-sea-world-orca-breeding-20160317-story.html

Mockups Design. (2023, April 25). Free DL quad fold flyer mockup. Mockups Design. https://mockups-design.com/free-dl-quad-fold-flyer-mockup/

Mr.Mockup. (2020a, Mai 11). 2-Fold Brochure PSD Mockup—Mr.Mockup | Graphic Design Freebies. https://mrmockup.com/2-fold-brochure-psd-mockup/

Mr.Mockup. (2020b, Juni 8). Open 2-Fold Brochure Mockup—Mr.Mockup | Graphic Design Freebies. https://mrmockup.com/open-2-fold-brochure-mockup/

Mr.Mockup. (2022a, August 15). T-Shirt with Canvas Bag Mockup—Mr.Mockup. https://mrmockup.com/t-shirt-with-canvas-bag-mockup/

Mr.Mockup. (2022b, Dezember 21). Poster on Building Wall Mockup—Mr.Mockup. https://mrmockup.com/poster-on-building-wall-mockup/

Mr.Mockup. (2023, Oktober 23). Free MacBook Pro On The Cabinet Mockup—Mr.Mockup. https://mrmockup.com/free-macbook-pro-on-the-cabinet-mockup/

Mr.Mockup. (2024, Juli 17). Free Canvas Bag Hanging on Tripod PSD Mockup—Mr.Mockup. https://mrmockup.com/free-canvas-bag-hanging-on-tripod-psd-mockup/

Nelson, T. (2016). Impact of Virtual and Augmented Reality on Theme Parks [Master of Digital Media]. Ryerson University.

PAGE. (2016, Oktober). Das macht ein INTERACTION DESIGNER bei deepblue networks. connect creative competence, 33.

PAGE. (2018, September). Das macht ein PRODUCER IMMERSIVER MEDIEN bei Markenfilm SPACE. connect creative competence, 33.

Papaioannou, G., & Paschou, S. (2015, Oktober). Human Animatronics in Museum Experience: Casa Parlante—The Living Museum, Corfu, Greece. Book of Abstract - Symposium Proceedings. VAMCT 2015 : International Symposium on „VIRTUAL ARCHAEOLOGY: Museums & Cultural Tourism", Delphi, Griechenland.

Realismus und Naturalismus: Kunstepoche & Merkmale. (o. J.). StudySmarter. Abgerufen 24. Mai 2024, von https://www.studysmarter.de/schule/kunst/kunstgeschichte-epochen/realismus-und-naturalismus/

Robeck, T. R., Willis, K., Scarpuzzi, M. R., & O'Brien, J. K. (2015). Journal of Mammalogy.

Roche - Fokus Mensch. (2022, Juni 29). Diabetisches Makulaödem—Begreifen—Fokus Mensch. https://roche-fokus-mensch.ch/dme/diabetisches-makulaodem/begreifen/

Statista. (2023). Vergnügungs-, Freizeit- und Themenparks. Statista. https://de.statista.com/statistik/studie/id/10154/dokument/vergnuegungs-freizeit-und-naturparks-statista-dossier/

Statista. (2024). Museen und Ausstellungen. Statista. https://de.statista.com/statistik/studie/id/7315/dokument/museen-und-ausstellungen-statista-dossier/

The Keiko Project. (2024, Mai 4). The Keiko Project (@thekeikoprojectfilm) • Instagram-Fotos und -Videos. https://www.instagram.com/thekeikoprojectfilm/

Unsplash. (2017a, Juli 21). Foto von Lee Jeffs auf Unsplash. https://unsplash.com/de/fotos/zeitrafferfotografie-eines-blauen-gewassers-60wCqYf7Fg8

Unsplash. (2017b, Oktober 5). Foto von Conor Sexton auf Unsplash. https://unsplash.com/de/fotos/gewasser-tagsuber-hRemch0ZDwI

Unsplash. (2017c, Oktober 11). Foto von Jeremy Bishop auf Unsplash. https://unsplash.com/de/fotos/4PwRZXbXKxY

Venn-Watson, S. K., Jensen, E. D., Smith, C. R., Xitco, M., & Ridgway, S. H. (2015). Evaluation of annual survival and mortality rates and longevity of bottlenose dolphins (Tursiops truncatus) at the United States Navy Marine Mammal Program from 2004 through 2013. Journal of the American Veterinary Medical Association, 246(8), 893–898. https://doi.org/10.2460/javma.246.8.893

Verband der Zoologischen Gärten. (2020). Beliebtheit von Zoos in Deutschland 2019. Statista. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1306419/umfrage/umfrage-zur-beliebtheit-von-zoos-in-deutschland/

Verband der Zoologischen Gärten; forsa. (2019). Artenschutz in Zoos und Tierparks in Deutschland 2019. Statista. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1306569/umfrage/umfrage-zum-artenschutz-in-zoos-und-tierparks-in-deutschland/

VHS und TV Archiv (Regisseur). (2022, Oktober 10). ProSieben 18.10.1997 Free Willy Doku [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=H8WU5NXvg8E

Vilcinskas, A. (2005). 1000 Fische.

Wäger, M. (2020). ABC des Grafikdesigns (1. Auflage). Rheinwerk Verlag.

Wahrnehmungsprozess: Definition & Schritte. (o. J.). StudySmarter. Abgerufen 16. Mai 2024, von https://www.studysmarter.de/schule/psychologie/grundlagendisziplinen-der-psychologie/wahrnehmungsprozess/

Walker, A. (2020, Januar 21). 5 Things to Know about SeaWorld's New Orca Encounter Show. Spectrum News 13. https://mynews13.com/fl/orlando/on-the-town/2020/01/21/5-things-to-know-about-seaworld-s-new-orca-encounter-

WDC Deutschland. (2017, März 6). Neues Orca-Zuchtprogramm in China. https://de.whales.org/2017/03/06/neues-orca-zuchtprogramm-in-china/

WDC Deutschland. (2024, März 29). Orcas in Gefangenschaft | Fakten & Hintergründe. Whale and Dolphin Conservation Deutschland. https://de.whales.org/wdc-ziele/delfinarien-schliessen/orcas-gefangenschaft/

Whale Sanctuary Project (Regisseur). (2020, August 7). Reintroducing Keiko (the „Free Willy" whale) to the Wild [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=OKBEuoaxL-U

Whale Sanctuary Project (Regisseur). (2024, Februar 18). Choose Sanctuary [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=LVnYKMTCUHc

Wustmans, C. (2015). Tierethik als Ethik des Artenschutzes (Bd. 9). W. Kohlhammer.

Younger, D. (2016). Theme Park Design & the Art of Themed Entertainment. Inklingwood Press.

Zimmerman, M. F. (2020). Die Kunst des 19. Jahrhunderts (2. Auflage).