

Kreativität  
Licht und Schatten  
Corporate Identity  
Farbe und Gestaltung  
Druck und Medien  
Bild und Text  
Werbung und Marketing  
Layout und Gestaltung  
Management und Organisation  
Strategie und Visionen  
Kommunikation und Teamarbeit  
Innovation und Kreativität  
Kultur und Werte  
Struktur und Prozesse  
Ressourcen und Fähigkeiten  
Anpassung und Flexibilität  
Ziele und Visionen  
Wachstum und Entwicklung  
Veränderung und Erneuerung  
Kommunikation und Teamarbeit  
Innovation und Kreativität  
Kultur und Werte  
Struktur und Prozesse  
Ressourcen und Fähigkeiten  
Anpassung und Flexibilität  
Ziele und Visionen  
Wachstum und Entwicklung  
Veränderung und Erneuerung

Spiel  
mit  
mir!

# CISS

creativity innovation successful study  
Tamara Falter • Ingo Ludwig • Antje Peuckmann • Nadine Schmelter • Philipp Surkamp

Konzeption





# Inhaltsverzeichnis

## Briefing

- Briefing und Vorgaben
- Eigenschaften
- Produktvorteil

## Analyse

- Zielgruppe
- Wettbewerb
- Markt
- Handel und Vertrieb
- Fixierung der Ziele

## Cooperate Design

- Namensfindung
- Farben
- Schriftwahl
- "CISS" – LOGO und „project 2010" – LOGO
- Signet und Markenzeichen auf den Spielkarten

## Produktdesign

- Karton
  - Falzung
  - Verpackung
- Spielbrett
  - Falzung
- Spielkarten
  - Jokerkarten
  - Strafkarten
  - Themen Spielkarten
- Figuren
  - Form und Farbe

## Spielanleitung

## Digitale Medien

## Quellnachweise

## Software

## Produktdarstellung

## Danke

# Briefing

## Briefing und Vorgaben

Es soll ein Lernbrettspiel in Form von einem Frage- und Antwortspiel für werdende Mediengestalter erstellt werden. Ziel ist es, Gestaltungsinhalte und technische Inhalte leicht zu vermitteln.

Die Anzahl der Spieler soll auf 4 bis ca. 6 Personen begrenzt sein und in etwa 3 Stunden zu spielen sein.

Die Größe wird 42 cm x 42 cm gefalzt und geschlossen auf 21 cm x 21 cm produziert.

Das Design wie auch der Spielablauf ist frei zu gestalten. Zu beachten ist dabei, dass die Lerninhalte spielend vermittelt werden sollten.

Zudem soll eine Spielanleitung verfasst werden, die leicht erlernbar und durchschaubar ist.

Die Wahl zum Ablauf des Spieles in Form von Karten oder Spielfiguren ist frei zu wählen

## Eigenschaften

Vorgabe ist es, das Spiel in Form eines Brettspieles zu gestalten. Der Spaßfaktor darf nicht zu kurz kommen und ein hoher Lerneffekt soll erzielt werden. Das bekannte Brettspielformat an sich sollte hier nur als Oberfläche und Eye-Candy dienen.

# Produktvorteil

Diese Art des berufsspezifischen Lernbrettspieles für Mediengestalter ist das erste seiner Art.

Da sich das Arbeits- und Wissensspektrum des Mediengestalters immer mehr erweitert, sind das Themenfeld und der Fragenkatalog erweiterbar gefasst.

Durch immer neuere Medien und Lerninhalte erweitert sich das Fachgebiet des Mediengestalters, d.h. dass die Fragestellung dem Ganzen angepasst sein sollte.

Neue Medien und Kanäle werden erschlossen, sodass diese ohne Probleme in das jeweilige Fachgebiet aufgenommen werden können. Diese Eigenschaft macht das Spiel „CISS“ zu einem „USP – Unique Selling Proposition“.

„CISS“ besteht nicht nur aus einer klaren Linie an Unterhaltungsspiel, hier vereinen sich – vom Karten- und Brettspiel bis hin zum Ratespiel – viele Faktoren.

# Analyse

## Zielgruppe

Unsere vorgesehene Zielgruppe sind angehende Mediengestalter, Drucktechniker, Grafiker, Mediendesigner sowie auch Schüler des gestaltungstechnischen Bereiches.

Natürlich ist es möglich, die Fragen für den Mediengestalter Bild und Ton sowie auch für Mediengestalter des digitalen Bereiches anzupassen.

Angesprochen sind hier Menschen aus dem kreativen Bereich bis hin zur Druckvorstufe.

Wichtiges Merkmal für die Kreation des Produktdesigns:

*Zielgruppe Mediengestalter  
Drucktechniker  
Gestalter*

Wichtige Merkmale für die Kreation des Produktdesigns:

*Schwerpunkt Ausbildung Mediengestalter  
Digital und Print  
Ansprechende Farbharmonien*

Wichtige Merkmale für die Kreation des Produktdesigns:

*Quadratisches Format  
Spielfeldfläche rund  
Design anspruchsvoll ansprechend  
Typografischer Hingucker*

## Wettbewerb

In spielerischer Hinsicht gibt es kleinere Ähnlichkeiten mit bekannten Unterhaltungsbrettspielen. Dies betrifft lediglich die Art der Funktionen, die im Spiel eingebaut sind.

Inspiriert durch die Spiele: „Monopoly“, „Spiel des Wissens“, „Mensch Ärgere Dich Nicht“ und „Trivial Pursuit“.

Aber was genau zeichnet Wettbewerb und Konkurrenz aus? Was haben die anderen Brettspiele alle gemeinsam? Die Spielbretter z.B. Monopoly und Trivial Pursuit sind meistens in Grün- und Blautönen gehalten und die Spielfiguren haben eine stilisierte Form.

Sowohl „Monopoly“ als auch „Trivial Pursuit“ sind als APP für das I-Phone erhältlich. Die Kamera schwenkt flüssig in der 3D-Umgebung und fängt die animierten Bewegungen der Spielfiguren passend ein.

„CISS“ ist ebenfalls für den Online-Markt vorgesehen. Das Spiel wird als APP und Online-Spiel verfügbar sein.

„CISS“ ist durch seine Vielfalt und die Mischung aus den besten Spielvariationen einzigartig. Auf dem Spielemarkt gibt es keine Ähnlichkeiten mit „CISS“.

Das macht „CISS“ zu einem USP – „unique selling proposition“, einem Marktführer.

## Markt

Der dafür vorgesehene Markt ist weiträumig breit gefächert. Das Brettspiel wird als Reise-Pocket-Version in 12 cm x 12 cm erhältlich sein.

Zudem wird der digitale Markt für das Spiel „CISS“ in Form eines Handygames und eines

APP's vorgesehen. Als programmiertes APP kann man sich dieses auf ein Handy oder I-Phone herunterladen und so unterwegs spielend lernen.

Wir schützen unser Spiel vor der Beliebigkeit von Empfehlungen und machen Sie zum nachhaltigen Motivationsinstrument für Schüler, Studenten.

## Handel und Vertrieb

Vorerst ist eine kleine Auflage geplant. Der Vertrieb ist zurzeit beschränkt. Es ist jedoch in Aussicht gestellt, dass eine Limited Edition des Brettspieles „CISS“ stattfinden wird.

## Fixierung der Ziele

Um diese umfassenden Themengebiete praxisnah und leicht verständlich näherzubringen, ist der spielerische Weg der beste.

Bei Kindern wie auch bei Erwachsenen werden Spiele in Form der Unterhaltung sowie auch als Lerneffekt eingesetzt. Die Lerninhalte sollen sich so leichter einprägen lassen und zu einem erneuten Spielen von „CISS“ animieren.

Die Mediengestaltung ist ein weit gefächerter Bereich, der sich immer weiter entwickelt. Technik ist ein fortschreitender Faktor und für Mediengestalter ist es enorm wichtig, immer auf dem neuesten Stand zu sein. Aus diesem Grund ist das Spiel „CISS“ erweiterbar, die erneuerbaren Themengebiete können ganz einfach mit neuen Fragen ergänzt werden.

# CISS

creativity | innovation | successful | study

# Cooperate Design

## Namensfindung

Das Brettspiel „CISS“ ist sehr berufsspezifisch auf die Digitale und Print-Medienproduktion orientiert.

Da es in den Medien um Gestaltung sowie auch um Technik geht und beides sehr große Bereiche sind, ist es wichtig, dass der Brettspielname auch eine Aussage zu diesen Fachgebieten widerspiegelt.

In den Medien ist Kreativität gefragt. Diese kann in Form der Typografie und der Form der technischen Realisierung umgesetzt werden. Abgeleitet von diesen charakteristischen Eigenschaften und den Funktionen sollte der Name einen guten Wiedererkennungswert haben und mit Mediengestaltung in Verbindung gebracht werden können.

Damit der Name eine gute Assoziation hat und auch eine gewisse Geläufigkeit aufweisen kann, sollte dieser kurz und prägnant sein. In der Werbung ist eine kurze Form stilecht anzubringen, denn oft sind es die ersten Sekunden, die über ein „Ja“ oder „Nein“ entscheiden.

In der Typografie und der Layoutgestaltung ist dies unter der Formel:  
„AIDA“ – Attention Interest Desire Action bekannt. Egal, ob es sich hier um ein LOGO oder ein Plakat handelt, der Kern muss sofort ersichtlich sein und dem Leser / Spieler ins Auge springen.

Die andere uns bekannte Formel: „KISS“ – Keep it simple & short“ trifft auch in diesem Fall zu.

Jedem Mediengestalter ist diese Formel bekannt und so wurde diese als Grundlage genutzt und durch „CISS“ ersetzt.

Bedeutung:

C	= Creativity	= Kreativität
I	= Innovation	= Innovation
S	= Successfull	= Erfolgreich
S	= Study	= Lernerfolg

## Farbharmonie



Cyan = 88  
Yellow = 82

Magenta = 40  
Black = 34



Cyan = 94  
Yellow = 100

Magenta = 22  
Black = 7



Cyan = 57  
Yellow = 98

Magenta = 0  
Black = 6



Cyan = 41  
Yellow = 98

Magenta = 0  
Black = 0



Cyan = 20  
Yellow = 70

Magenta = 0  
Black = 0



Cyan = 0  
Yellow = 89

Magenta = 76  
Black = 0

## Farben

Die Farbgebung in der Werbung ist in ihrer psychologischen Wirkung nicht zu vernachlässigen und daher gezielt auszuwählen.

Die Farbe wird vom Betrachter sowohl intuitiv als auch bewusst wahrgenommen und trägt dazu bei, Emotionen über den Sehsinn des Betrachters auszulösen.

In Anbetracht der erforderlichen Ziele und der Grundlagen für das Spiel „CISS“ haben wir die nebenstehenden Farben für das Corporate Design gewählt.

Grün ist die Farbe des Zentrums und steht für Natur, Leben, Lebendigkeit. Die Farbe Grün ist neutral und wirkt sehr – beruhigend, ohne den Betrachter dabei zu ermüden. Aufgrund ihrer Naturnähe wirkt die Farbe im Gegensatz zur anregenden Wirkung der Farbe Rot – harmonisierend.

Die Farbe vermittelt Augenruhe, denn der Blick ins Grüne ist niemals anstrengend, sondern stärkt das Auge für alle anderen Eindrücke.

## Die Einsatzflächen der Farbtöne

Bei der Farbfindung ist auf eine harmonische Kontrasteinhaltung geachtet worden.

Die hier gewählten Grün-Abstufungen geben der Gesamtkomposition der Spielfelder und dem Spielbrett einen Quantitätskontrast.

Um einen Kontrast in Sachen Layout und Typografie zu schaffen, wurde hier der Hell-Dunkel-Kontrast für die Themengebiete gewählt.

Der Hell-Dunkel-Kontrast ist der wichtigste Kontrast zur Formunterscheidung, in unserem Fall aber auch zur Themenunterscheidung, ohne damit eine Disharmonie zu erzeugen.

Der Spieler an sich nimmt am ehesten das Hell-Dunkel-Grundmuster wahr, so können die Kategorien am besten unterschieden werden. Wandelt man die Grüntöne in Graustufen oder in Schwarz-Weiß um, dann stechen die Hell-Dunkel-Kontraste immer noch klar heraus. Ein Schwarz-Weiß-Druck würde hier immer noch alle Kontraste herausholen.

Um eine verstärkte Wirkung auf die „Printwerkstatt“ zu ziehen, haben wir als Komplementärkontrast das warme Rot-Orange benutzt.

Diese gibt dem Ganzen eine emotionalere Ebene und soll Mut und Kraft zum Ziel geben.

Der Komplementärkontrast entspricht den Farben, die sich im Farbkreis gegenüberliegen und die durch ihre Mischung Grau ergeben.

# Garamond Premier Pro

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

# Rotis Sans Serif Std

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

„Schrift ist sichtbare Sprache“  
(Erik Spiekermann) und „Eine Frage des Stils“  
(Arnold Böcklin).

## Schriftwahl

Schriftmischungen sind eine heikle Angelegenheit. Was in sich abgeschlossen noch klar und gelungen erscheint, kann durch die Kombination mit anderen Elementen und Schriften völlig misslingen.

Schriften können nur dann gemischt werden, wenn sie sich deutlich unterscheiden, d.h. Schriften aus der gleichen Schriftklasse sollte man nicht mischen. Auch hier ist es wichtig, mit der Schriftwahl einen Kontrast zu bilden, da sich zu geringe Unterschiede im Schnitt nur als störend erweisen.

Um das Zentrum als solches nicht als Ruhepol zu nutzen, haben wir dieses mit einer syntaktischen Typografie gestaltet.

Der Kreis, der sich innerhalb des Quadrates befindet, stellt (hier das Startfeld) einen Ruhepol dar, gleichzeitig wird er mit dieser syntaktischen Typografie in eine aktive Fläche umgestaltet.

Für den Fließtext haben wir uns für die „Rotis Sans Serif STD“ entschieden, da diese ohne Serifen in einer schönen Harmonie zu der „Garamond Premiere Pro“ passt.

Für die Auszeichnungen und den Fragekartentext haben wir die „Garamond Premiere Pro“ gewählt, da diese ohne Serifen in einer schönen Harmonie zu der „Rotis Sans Serif STD“ passt. Diese Schrift wurde im 15. Jahrhundert entwickelt.

Prägnant sind ihre gerundeten Serifen und schrägen Achsen. Ihre Lesbarkeit ist einfach und der Grauwert wird in einem Fließtext nicht gestört.

Die Schrift „Rotis Sans Serif STD“ lehnt sich an die Antiqua an und kann im Druck als

auch digital mit und ohne Serifen verwendet werden. Durch die serifenlose Betonung harmonisiert die Rotis ideal mit der Garamond-Schrift. Es wird eine Schriftlinie eingehalten und der Lesefluss wird nicht gestört.

## Spielanleitung

Garamond Premier Pro Std in 26 Pt  
Rotis Sans Serif 55 Regular in 9 Pt

## Verpackung Deckel

Rotis Sans Serif 55 Regular in 23 Pt

## Verpackung Boden

Rotis Sans Serif 55 Regular in 12 Pt

## Fragekarten

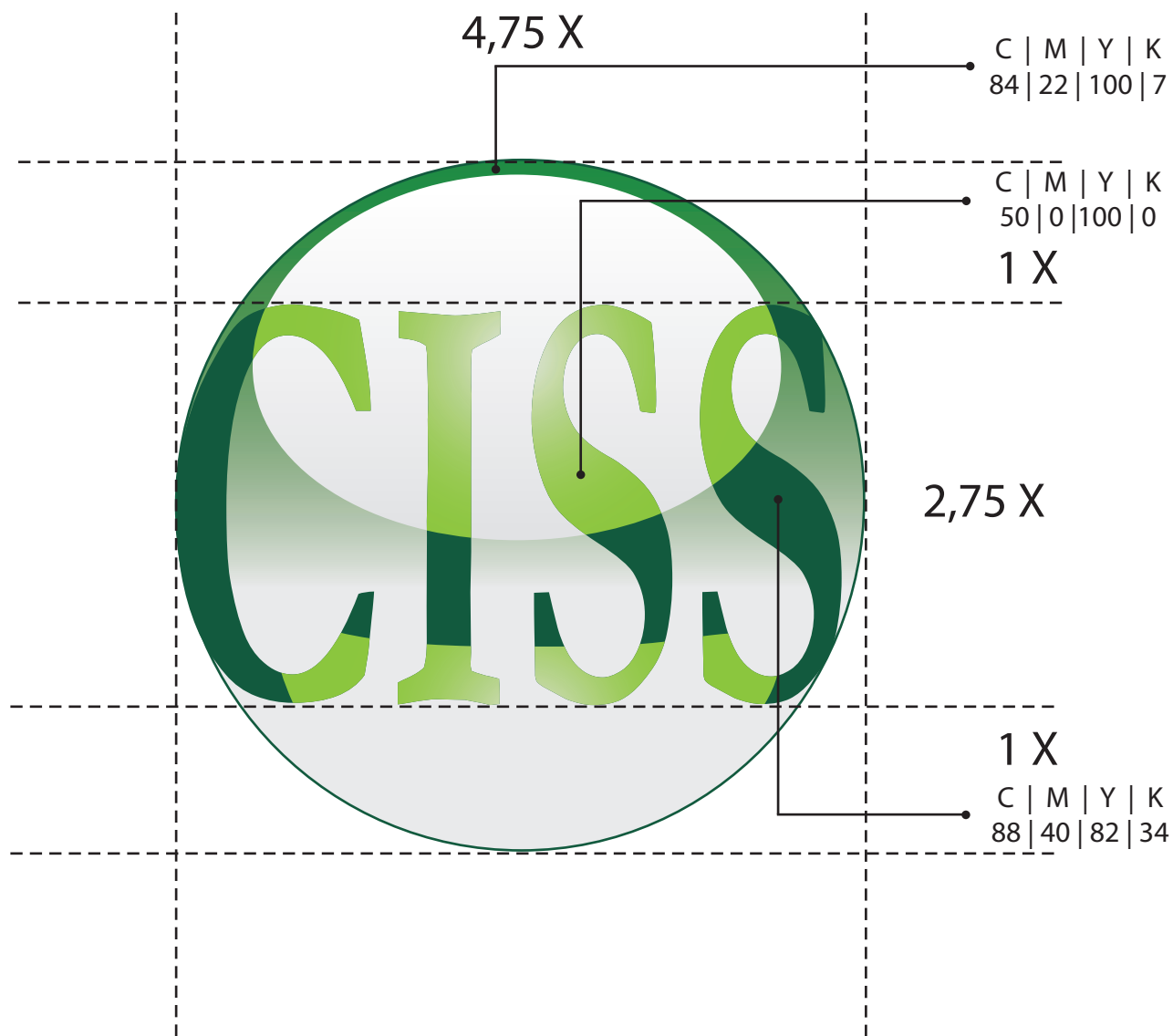
Rotis Sans Serif 55 Regular in 8 Pt  
Rotis Sans Serif Std 75 Extra Bold in 8 Pt

## Fragekarten Rückseite

Rotis Sans Serif Std 75 Extra Bold in 12 Pt

## Gutscheincode

Rotis Sans Serif 55 Regular in 9 Pt



## Logo - Entwicklung „CISS“ und „project 2010“

### „CISS“ – Logo

Wie man im Nachfolgenden sehen kann, hat es mehrere Anläufe gebraucht, bis die endgültige Form gefunden wurde.

Da die Grundform des Spielbrettes ein Quadrat ist und die Spielfelder rund gestaltet sind, wäre es unlogisch, eine ganz andere Grundform als quadratisch oder rund zu wählen. Schließlich soll hier eine Identifikation über den Namen und über das Spielbrett stattfinden, welche hiermit gegeben ist.

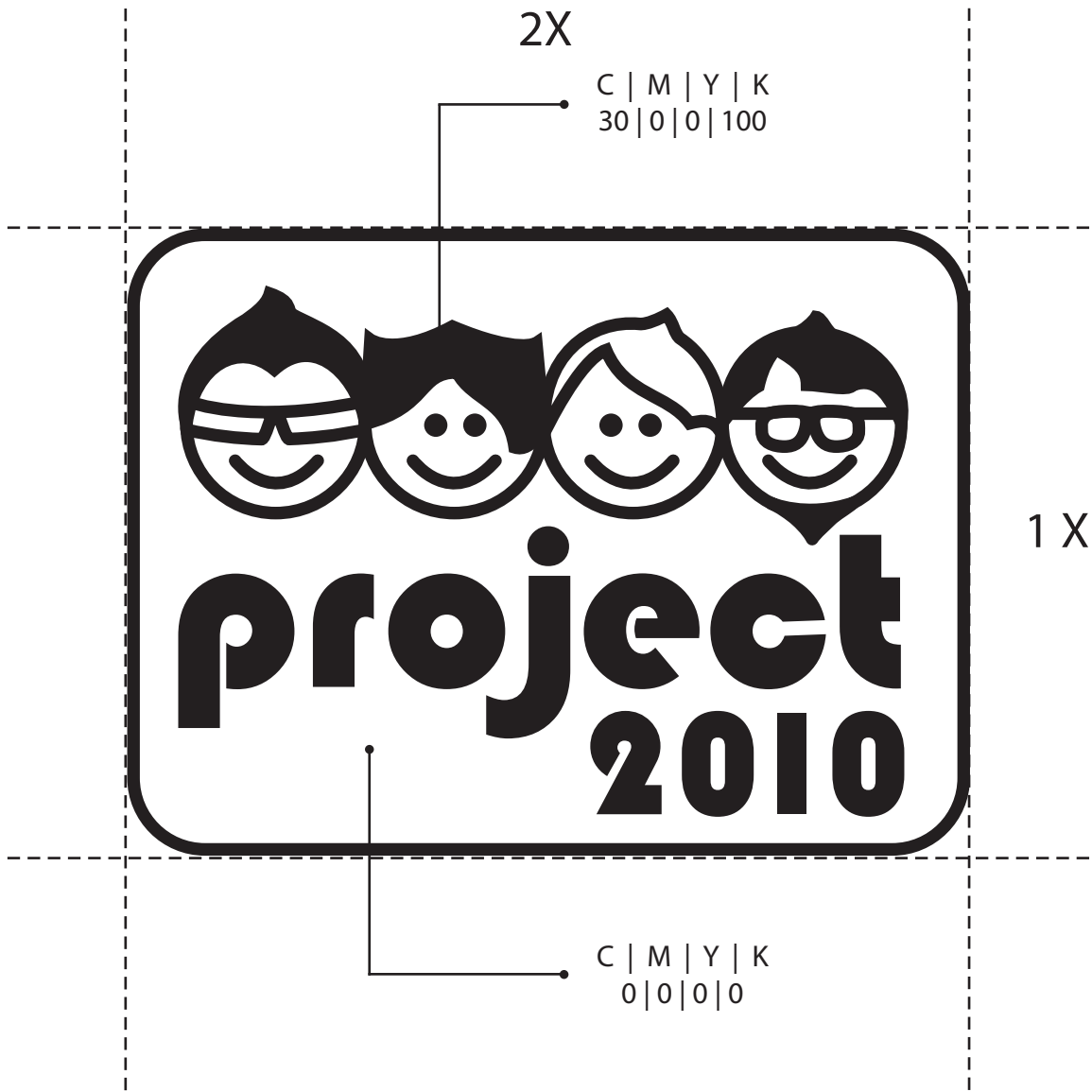
Es wurde die Form des Kreises gewählt, weil sich dieser in den Spielfeldern widerspiegelt und so ein hoher Erkennungswert gegeben ist. Ein modernes Logo, das funktioniert, ist meistens rund. Der Kreis strahlt die Vollkommenheit aus, er spiegelt die Welt, den Kosmos und die Schöpfung wider.

Durch die Konzentration auf einen zentralen Inhalt, das „CISS“, ließen wir den Kreis zu einem Symbol werden. Da der Kreis selbst keine Richtung weist, wurde ein Oval integriert. Im Vergleich zum Kreis hat das angebrachte Oval keine zentrale Symmetrie, hat aber dafür Spannung. Diese Spannung ist in den Kreis integriert und gibt ihm so einen Bezug zu seiner Umgebung.

Das Logo ist 3-dimensional darstellbar und auch noch in verkleinerter Version lesbar. Hier wurde Wert auf den „Eye-Catch“ gelegt, der ganz klar durch die Form und den Schriftzug „CISS“ interessant gestaltet worden ist.

Durch die einfache Form ist das „CISS“-Logo sehr merkfähig und auf vielen Werbemitteln einsetzbar. Dennoch sollte man dabei beachten, dass dieses Logo am besten auf einem Weißbraun funktioniert, um Großzügigkeit und Eleganz zu simulieren.

Um eine einfache Lesbarkeit zu gewährleisten, wurde der Schriftzug des „CISS“ mit der „Garamond Std.“ gestaltet. Diese wurde in den Schriftgrößen von 12 pt bis 26 pt verwendet. Bei der Farbwahl wurde auf die Einhaltung des Corporate Design geachtet. Abgerundet wurde dieses Logo mit der Ähnlichkeit der Themen „Buttons“, welche auf dem Spielbrett und den Spielkarten wiederzufinden sind.



## „projetct 2010“ – Logo

Sinn dieses Logos ist es, die Schöpfer des Spieles „CISS“ klassisch und gleichzeitig aktiv in Szene zu setzen. Da hier klare Einheitlichkeit geboten wurde, ist auch das „project 2010“ in einer abgerundeten Variante gestaltet worden.

Die Gestalter und Schöpfer des Spieles sind hier auf eine runde und verspielte Art und Weise wieder gegeben. Die Grundform, das abgerundete Rechteck verliert durch die ungleichen Seiten gegenüber dem Quadrat die Konzentration auf das Zentrum und gewinnt aber dadurch an Spannung, genau wie beim Oval des „CISS“.

Durch die erzeugte Spannung wird das Hauptaugenmerk auf die zwei Zentren des Rechteckes gelenkt, diese sind grafisch mit den Comiczeichnungen unterlegt, eine Harmonie entsteht. Typografisch abgerundet und stilistisch schön akzentuiert ist das Ganze mit der Schrift: „Bauhaus 93“. Das Wort „project 2010“, erwies sich als leicht merkbar zudem spiegelt es die kompakte und umfangreiche Vorgehensweise der Entstehung unseres Spieles wieder.

Kurz um: „Es klingt einfach und gut“!



## Signet und Markenzeichen auf den Spielkarten

Um die Themengebiete markant zu unterscheiden, sind diese mit den Grüntönen aus dem Corporate Design hinterlegt.

Die Illustrationen sind mit den Arbeitsmaterialien des Mediengestalters widergespiegelt. Im Sinne der Leserlichkeit und der Gestaltung sind die Markenzeichen mittig angelegt. So steht:

Der Drucker für den Druck, die Weltkugel für das Internet, „Typo“ für die Typografie, die Glühbirne für die Gestaltung und der Fotoapparat für die Bildbearbeitung. Die Button-Struktur auch auf dem Spielfeld wiederzufinden.

Das verwendete Bildzeichen erzielt in dieser vereinfachten runden und reduzierten Form eine sehr große Aussage. Durch die Vereinheitlichung mit dem Logo wird eine klare Struktur wieder- gegeben. Durch das Aushängeschild des Logos „CISS“ ist die Identität mit dem Spiel klar geprägt.



CISS  
 project 2010  
 1 2 bis 6 Spieler |

project 2010  
 CISS  
 1 2 bis 6 Spieler |

CISS

creativity | innovation | successful | study

1 2 bis 6 Spieler |  
 CISS  
 project 2010

project 2010  
 CISS  
 1 2 bis 6 Spieler |

CISS

CISS ist mehr als nur ein neues Gesellschaftsspiel.  
 Es ist eine neue Dimension des Lernens in  
 sportlicher Form.

Mit mehr als 100 ungewöhnlichen Fragen aus den  
 Hemisphären:

- Bildbearbeitung
- Text
- Typografie
- Webdesign
- Schriftart

Erweiten Sie ein Wissen und Erwe-Neu im Umgang  
 mit der digitalen Welt eines Bildbearbeiters.  
 CISS zeigt Ihnen eine Übersicht an Themen, die für  
 Ihren Beruf wichtig sind.

Lernen Sie die technischen und gestalterischen Inhalte  
 des Medienberufes spielerisch kennen.

creativity | innovation | successful | study | CISS

LEBENSSTIMM MEN, DAMANA, FAULTS, MOO, LUMPH, ANU, PUCKEMANN,  
 1176 DEUTSCHLAND www.ciissproject2010.de



# Produktdesign

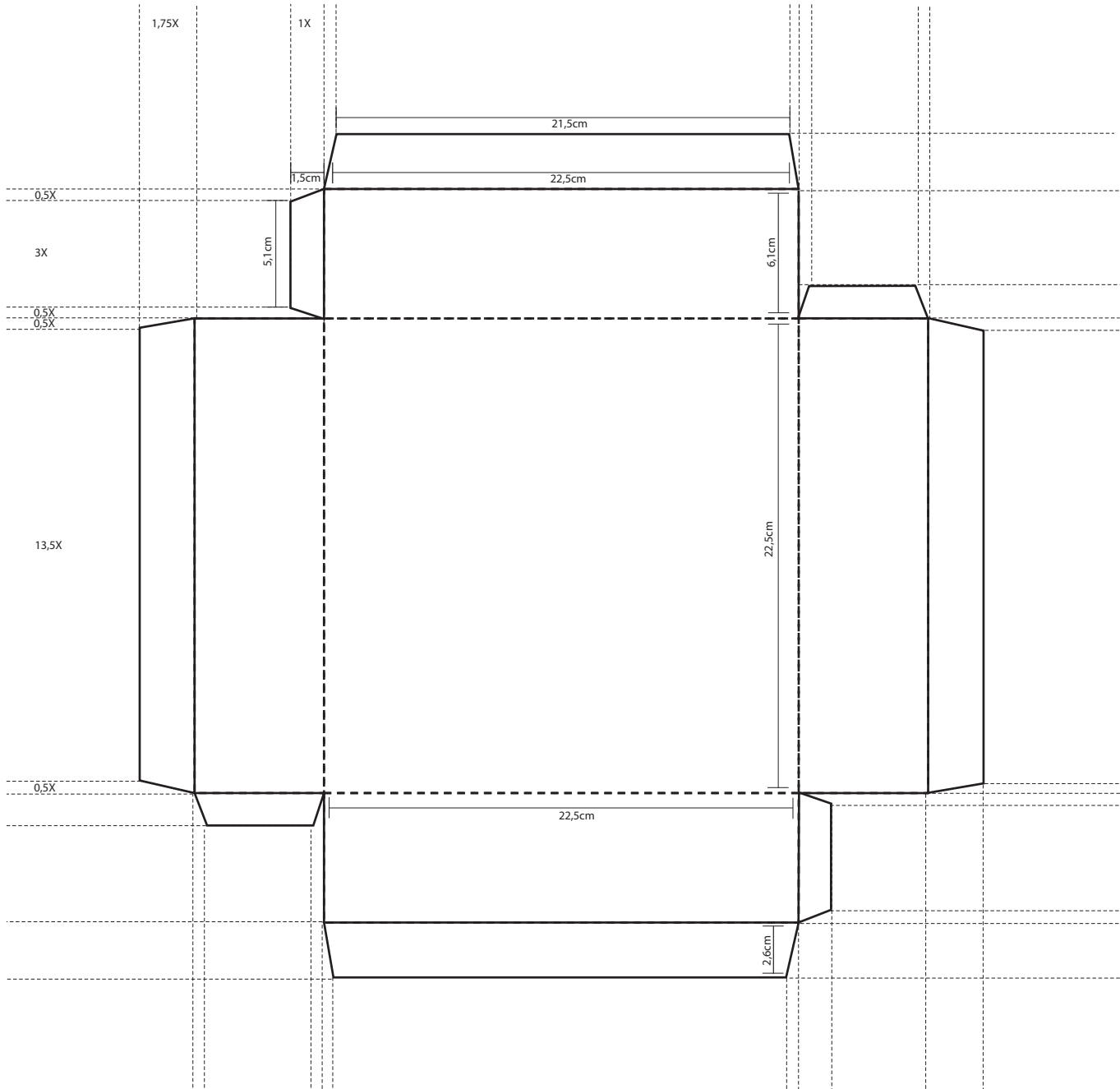
## Der Karton

Die Falzung des Spielkartons ist an die Spielbrettform angelehnt. Das Quadrat ist hier auch wieder in klarer Gestaltung mit kleinen Nuancen in Form der Logos versehen. Der Spielkarton wurde mit dem hellen Grünton gestaltet, angelehnt an das Corporate Design, wird auch hier schon ein Augenmerk auf die Merkfähigkeit gegeben.

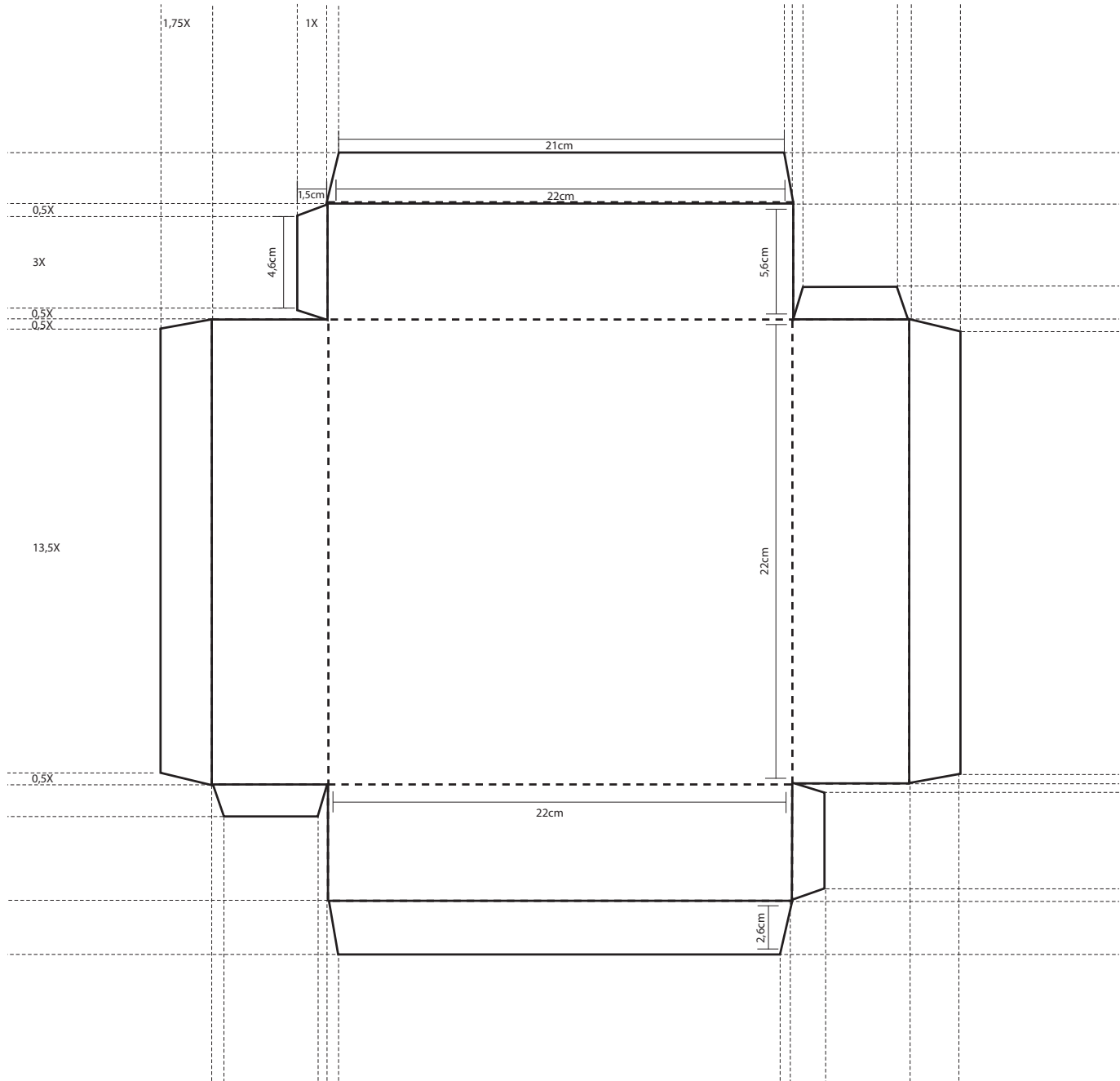
Die quadratische Form gibt das grundlegende Format wieder und strahlt genau wie das Spielfeld eine gewisse Ruhe und Ausgeglichenheit aus. Die Seiten sind in einem Hell-Dunkel-Kontrast gehalten, um einen Kontrast zur Formunterscheidung zu Erhalten. Die Bildkomposition der Spielerfiguren und des Logos „project 2010“ wird dadurch aktiv in Szene gesetzt.

Da nicht die genaue Position des Produktkartons im Geschäft bestimmt werden kann, ist auf jeder Seite eine eindeutige Identifikation mit dem Hersteller „project2010“ und dem Spielnamen „CISS“ und der Spieleranzahl abgebildet.

Die Maße betragen:  
Breite 22 cm und Höhe 22 cm und 6 cm hoch.



Spielekarton oben



Spielekarton unten



## Das Spielbrett

Da sich die Form des Quadrates schon in anderen Spieleformen bewährt hatte, wurde diese als Grundform gewählt.

Das Quadrat ist zentrisch und symmetrisch orientiert. In Verbindung mit der Startposition, die in der Mitte liegt, wirkt es in der Gestaltung einfach stilecht. Damit ist der Ruhepol in der optischen Mitte. Durch die typografische Gestaltung und den Komplementärkontrast fällt die Mitte noch mehr ins Auge. Das Spiel erhält dadurch eine eigene Dynamik.

Die Findung der Spielfelder wurde über verschiedenste Scribble-Techniken bis hin zu Probanden definiert.

Die Strahlenform, ähnlich einer Sonne oder einen Stern, ist eine elementare Grundform, die leicht ersichtlich und verständlich ist.

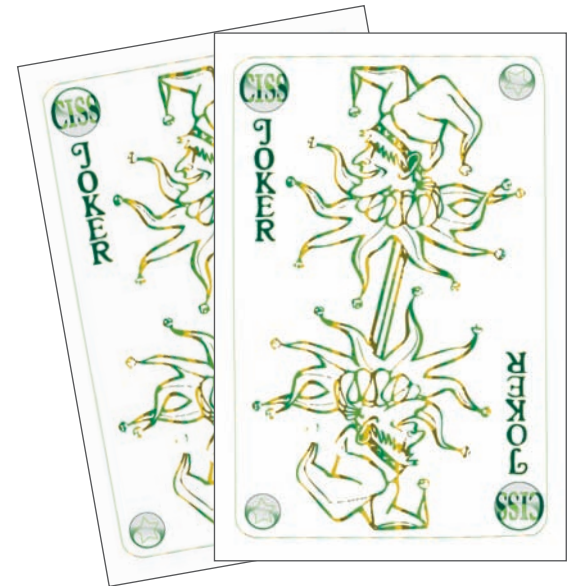
Die Spielfeldform ist noch in minimalistischer Form auf Anhieb identifizierbar und erhält damit ihre Eigenart und einen hohen Wiedererkennungswert!

Spieler, die „CISS“ schon mal gespielt haben, würden es aufgrund dieser Spielfeldform identifizieren können.

Bei der Wahl der Spielfelder wurde eine Button-Gestaltung genutzt, da diese dem Ganzen noch eine, kleinen optischen Touch gibt. Damit der Spieler sofort weiß, was er gefragt wird, sind die Felder mit einem Signet in Form einer Illustration des Themengebietes hinterlegt.

Die Spielbrettmaße betragen 42 cm mal 42 cm.

Das Brett wird mit einer Zweibruch-Falztechnik auf 21 cm x 21 cm gefalzt.



**Typo**

**Was ist ein Geviert?**

- a- Das altdeutsche Wort für altete Form für Quadrat (der die Unterlänge hat)
- b- Das Geviert entspricht e (eine veraltete Form für druckenden Fläche, der Höhe des Schriftkegels)
- c- Ein Viertelpunkt (eine Viertel: Die Maßeinheitgröße berechnet wird)



**Was ist eine CI?**

- a- (Corporate Identity) die auf men abgestimmte und von gelebte Philosophie, Komp das Erscheinungsbild nach außen.
- b- (Computer Imaging) auch genannt. Druckvorschau relativer Farbechtheit (Bildschirm richtig prof (Copy Image) Ein Scrig Bilder über mehrere S



**Wie lässt sich ein Moiré verhindern?**

- a- Man muss die Filme genau übereinander positionieren
- b- Wenn man die Farbe „Schwarz“ im Druck durch CMY ersetzt
- c- Wenn die Rasterwinkel weit genug von einander entfernt sind (min. 15°).

## Die Spielkarten

Die Spielkarten, wie auch die Strafkarten sind im Format 60 mm x 90 mm gehalten.

### Jokerkarten

Um dir Chance zu erhalten, eine Frage zu schieben oder eine Frage an einem Mitspieler abzugeben, werden die Jokerkarten eingesetzt. Pro Themengebiet 2 Stück. Die Jokerkarte wehrt eine Strafkarte ab und wird dann wieder unter einen beliebigen Stapel gemischt.

### Strafkarten

Diese Art der Spielkarte wird bunt unter die Themengebiete gemischt und ist in verschiedensten Ausführungen vorhanden. Sie dient der Unterhaltung und Abwechslung des Spieles, so dass „CISS“ damit einen eigenen Charakter erhält.

### Themen Spielkarten

Um den Spielverlauf einheitlich zu gestalten, wurden die Spielkarten mit den Signets der Spielfelder versehen. Jedes der Themengebiete ist farblich separiert und so eindeutig anhand der Rahmung und der Signetfarbe identifizierbar.



## Die Figuren

Um dem ganzen Spiel einen kleinen Spaßfaktor zu geben, werden hier Figuren zum Spielzug eingesetzt.

Diese Figuren sind farblich in RGB und CMY gehalten. Sie versinnbildlichen die subtraktive und additive Farbmischung, in denen der Mediengestalter arbeitet. Die Größe wird handgerecht auf ca. 2 cm gelegt.

Die kleine Bauchform und die Rundungen an sich passen vorzüglich zum Gesamteindruck des Spielfeldes und des Zentrums.



## SPIELANLEITUNG

### Anzahl der Spieler

Es können 2 bis 6 Spieler an CISS teilnehmen.

### Spielausstattung

1 Spielbrett  
5 Kartenboxen à 20 Karten  
20 Strafkarten  
5 Jokerkarten  
6 Spielfiguren  
1 Würfel  
1 Code für den Spieldownload auf [www.designproject2010.de](http://www.designproject2010.de)

### Ziel des Spiels

Es müssen 20 Punkte gesammelt werden, bestehend aus jeweils 3 der 5 Themengebiete. Der Spieler, der als Erster seine 20 Punkte erreicht hat, ist Sieger.

### Vorbereitung

Die Fragekarten sollten gut gemischt und um je 2 Strafkarten pro Themengebiet in dem jeweiligen Fragestapel ergänzt werden. Jeder Spieler stellt seine Spielfigur auf den Startpunkt im Zentrum des Spielfeldes. Jetzt wird reihum gewürfelt und der Spieler mit der höchsten Augenzahl beginnt.

### Spielablauf

Nachdem der erste Spieler gewürfelt hat, kann er seine Spielfigur aus dem Zentrum heraus auf einem beliebiges Wissensfeld des Strahls um die entsprechende Augenzahl platzieren. Landet er dabei z.B. auf einem „Typo-Feld“, wird von einem anderen Mitspieler eine Karte aus dem Themengebiet „Typo“ der Kartenboxen gezogen und vorgelesen.

Wenn Sie jedoch nach der dritten Runde keine 6 gewürfelt haben, sind Sie verpflichtet, sich freizukaufen. Die Strafkarten haben folgende Bedeutung:



1 Runde aussetzen  
(3 Karten im Spiel vorhanden)



2 Fragen müssen beantwortet werden. Wenn beide Antworten richtig sind, gibt es einen Punkt, wenn keine oder eine Frage richtig beantwortet wurde, gibt es KEINEN Punkt.  
(3 Karten im Spiel vorhanden)



Gehen Sie an den Start zurück und geben Sie alle Ihre Karten ab.  
(2 Karten im Spiel vorhanden)



Die Hälfte der Anzahl Ihrer Karten abgeben. Wenn Sie nur eine besitzen, müssen Sie diese natürlich abgeben und bei

Alternativ ist es möglich, eine Frage, die man nicht beantworten kann, an einen gegnerischen Spieler weiterzuleiten, welche der gegnerischen Spieler aber auch durch seine Jokerkarte an einen anderen (dritten) Spieler weitergeben kann.

In diesem Fall ist der Spieler mit dem ersten Joker geschützt und kann seine weitergeleitete Frage nicht noch einmal gestellt bekommen.

### Aufgepasst

2-3 Spieler = 1 Jokerkarte  
4-5 Spieler = 3 Jokerkarten  
6 Spieler = 5 Jokerkarten

### Aktionen

Würfelt man eine Augenzahl, mit der man einen anderen Spieler rauswerfen könnte, so muss die gegnerische Figur rausgeworfen und auf „Start“ gesetzt werden. Er muss dann aber keine Karte abgeben. Wenn ein Spieler mit seiner gewürfelten Augenzahl auf ein „Ab in die Printwerkstatt!-Feld“ kommen würde, ist er auch dazu verpflichtet, seine Figur dort hinzusetzen.

## VIEL SPASS MIT CISS

Eine Erweiterung um 500 neue, interessante Fragen aus den 5 Themengebieten ist in Vorbereitung.



© 2010 BY PROJECT 2010. DIESES PRODUKT IST GEISTIGES EIGENTUM VON TAMARA FALTER, INGO LUDWIG, ANTIJE PEUCKMANN, NADINE SCHMELTER UND PHILIPP SURKAMP. HERGESTELLT IN DEUTSCHLAND. [www.designproject2010.de](http://www.designproject2010.de)

Kann er die Frage richtig beantworten, gehört diese Karte und somit ein Punkt ihm. Ist die Antwort falsch, kommt die nicht erratene Karte wieder als unterste in den Stapel zurück. In beiden Fällen geht es im Uhrzeigersinn weiter. Wenn ein Spieler am Ende des Strahls angekommen ist, kann er sich entscheiden, ob er den benachbarten rechten oder linken Strahl dann wieder von oben nach unten abläuft. Ist er am unteren Teil des Sterns angekommen, wandert er wieder beim nächsten benachbarten Strahl hoch. Das Zentrum ist als neutrales Feld anzusehen, man kann dort nicht rausgeworfen werden, muss auch keine Frage beantworten und kann mit mehreren Spielern auf diesem Feld stehen.

Die Symbole auf den Spielfeldern haben folgende Bedeutung:



Bildbearbeitung



Internet



Typografie



Drucktechnik



Gestaltung

Pro Fragekarte erhält man 1 Punkt. Es müssen mindestens 3 Punkte pro Themengebiet gesammelt werden.



Printwerkstatt

Gehen Sie in die Printwerkstatt! Um sich aus dieser zu befreien, geben Sie entweder 2 Ihrer Karten ab und verlieren dadurch 2 Punkte. Danach beginnen Sie die nächste Runde wieder am Startpunkt im Zentrum des Spielfeldes. Oder Sie versuchen, eine 6 zu würfeln. Dazu haben Sie pro Runde 3 Chancen. Danach beginnen Sie auch die nächste Runde wieder am Startpunkt.

## Spielanleitung

Nachdem der erste Spieler gewürfelt hat, kann er seine Spielfigur aus dem Zentrum heraus auf einen beliebigen Strahl in Höhe der gewürfelten Würfelpunktzahl nach außen platzieren.

Landet er dabei z.B. auf einem Typo-Feld, wird vom nächsten Mitspieler eine Karte aus dem Themengebiet der Kartenboxen gezogen und vorgelesen. Kann er die Frage richtig beantworten, gehört diese Karte und somit ein Punkt ihm.

Ist die Antwort falsch, kommt die Karte wieder als Unterste in den Stapel zurück. In beiden Fällen geht es im Uhrzeigersinn weiter.



## Digitale Medien

Es gibt noch weitere Möglichkeiten, das Spiel „CISS“ zu vermarkten und somit neue und bestehende Märkte zu erschließen:

Internet

I-Phone-APP

[www.designproduct2010.de](http://www.designproduct2010.de)

Fernsehquishshows

Online-Games

[www.pixelpauker.de](http://www.pixelpauker.de)

Online - Lernprogramme

## Quellnachweise

[www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)

[www.gnomgames.de](http://www.gnomgames.de)

[www.markt-studie.de](http://www.markt-studie.de)

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

[www.meinkartenspiel.de](http://www.meinkartenspiel.de)

## Hardware und Software

Diverse Internetseiten anderer Spielehersteller wie Parker, Mattel zwecks Benchmarking.

Software: Adobe Creative Suite 3, Windows XP Professional, Internet Explorer 7.0.





**KBZ**

[www.kbz-shop.de](http://www.kbz-shop.de)

## Danke!

Wir bedanken uns Herzlich  
bei dem Team der KBZ für  
Ihre Hilfe, den perfekten  
Druck und Ihre Geduld!

Ohne die Firma und das Team  
der KBZ wäre das Spiel „CISS“  
in bestehender Form nicht  
realisierbar gewesen.

project2010 ist stolz auf die  
Zusammenarbeit und auf die  
persönliche Initiative der KBZ!

Ein weiteres Lob möchten wir  
an unser Team aussprechen  
und danken für die wunder-  
vollen Projektstage und unsere  
Müsli-Meetings ;o)

© 2010 BY PROJECT 2010. DIESES PRODUKT IST GEISTIGES EIGENTUM VON TAMARA FALTER, INGO LUDWIG, ANTJE PEUCKMANN,  
NADINE SCHMELTER UND PHILIPP SURKAMP. HERGESTELLT IN DEUTSCHLAND.  
[www.designproject2010.de](http://www.designproject2010.de)