

Telltale Games

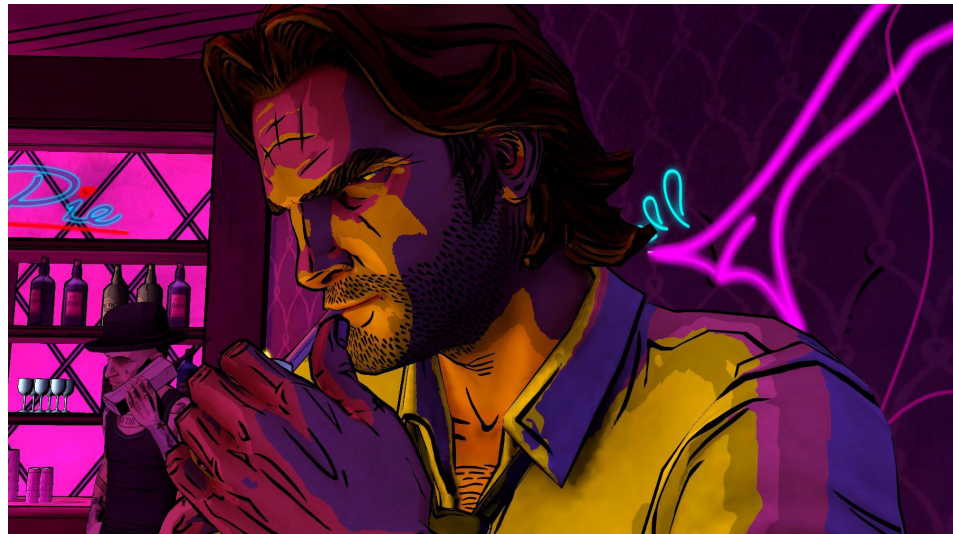
DESIGN MANUAL

INHALT

Firma	1	Konzept	16
Elemente	2	Zielgruppe	16
Logo	2	Personas	16
Typografie	7	Marktsituation	17
Farben	8	Konzept	17
Hintergrund-Raster	9	Altes Logo	18
Bildwelt	10	Logo-Skizzen	19
Analog	12	Neues Logo	21
Briefbogen	12	Netz	22
DVD-Label	13	Interkulturell	22
Digital	14	Schrift	22
Spielmenü	14	Farben	23
Spielelemente	15	Analoges Konzept	24
		Digitales Konzept	25
		Reflektion	26
		Anteil	26
		Quellen	27

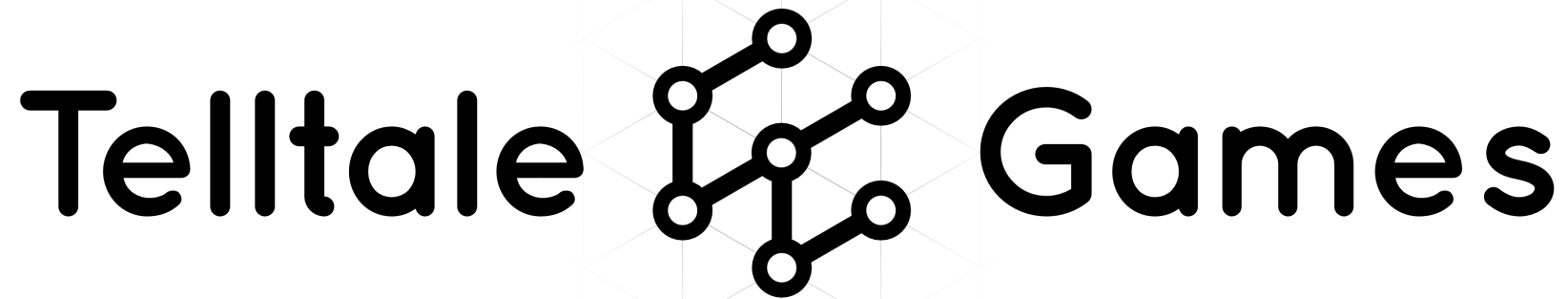
F I R M A

Telltale Games wurde 2004 in San Rafael, Kalifornien, gegründet. Bekannt durch die *The Walking Dead* Serie und *The Wolf Among Us* werden die Spiele anhand von popkulturellen Vorbildern entwickelt. Quellen dieser Vorbilder sprudeln aus Comics, Fernsehserien und Spielen. Die Spiele bedienen sich der Universen, die die Vorbilder aufgebaut haben. Jedoch wird eine eigene Geschichte entwickelt, die sich verzweigt und mehrfach anhand von Entscheidungen des Spielers eine andere Richtung einschlägt. Die Spiele selbst erinnern eher an Fernsehserien, als an Spiele, da die Einflussnahme ins Spielgesehen hauptsächlich durch die Wahl verschiedener Entscheidungsmöglichkeiten geschieht. Zusätzlich finden sich Elemente von Rätsel- und Geschicklichkeitsspielen. Auch der Vertrieb ähnelt dem von Fernsehserien. Es gibt Staffeln und Episoden, die in gewissen Intervallen veröffentlicht werden. Das ist es, was die Spiele lange Zeit von anderen Spielen des Genres unterschied.



ELEMENTE

Logo



Typografie Wortmarke:

Quicksand

Farben:

Vordergrund:

CMYK:

C: 100% M: 100% Y: 100% K: 100%

RGB:

R: 0 G: 0 B: 0

Hexadezimalwert:

#000000

Hintergrund:

CMYK:

C: 42% M: 35% Y: 35% K: 1%

RGB:

R: 145 G: 145 B: 145

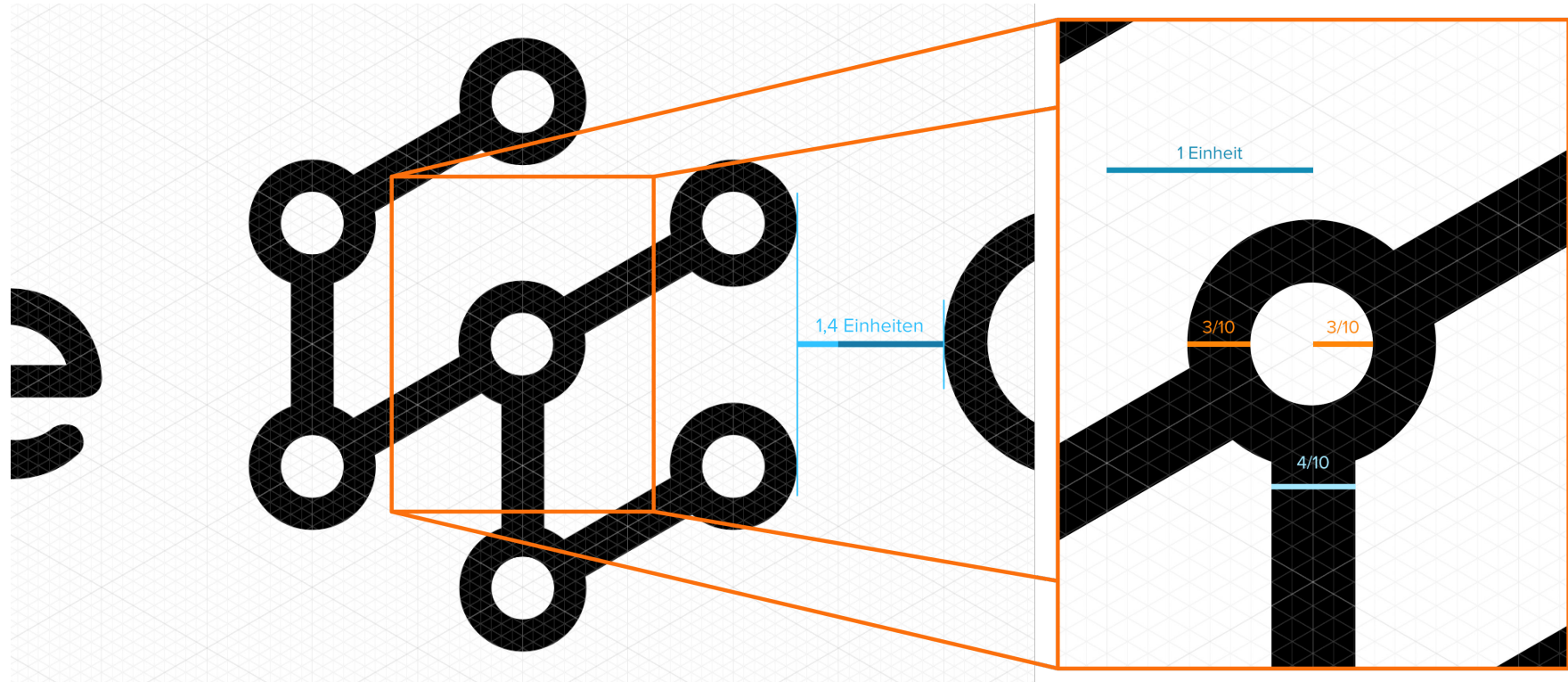
Hexadezimalwert:

#9A9A9A

Das Logo darf grundsätzlich nicht verändert und muss in dieser Form verwendet werden.

Für Spiele gelten spezielle Ausnahmen, siehe dazu auf Seite 6.

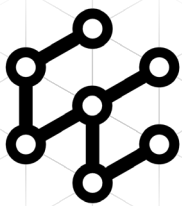
Maße



Das Logo liegt einem Dreiecksraster zu Grunde. Die Kreise liegen auf den Schnittpunkten des Rasters. Die Radien der Kreise und die Stärke der Linien sind auf das Raster abgestimmt.

ELEMENTE

Varianten

Telltale  Games

15 cm

Telltale  Games

3 cm

Die Wort-Bild-Marke gibt es in zwei Varianten bzw. Größen für die Verwendung im Druck und in Spielen.

Große Variante:

Die Gesamtbreite der des Logos beträgt mindestens 18cm im Druck und 510px auf einem 72 DPI-Display.

Kleine Variante:

Bei kleineren Darstellungen muss die kleine Variante genutzt werden. Diese wurde durch das Entfernen des grauen Gitters im Hintergrund vereinfacht. Dadurch ist die Bildmarke in der kleinen Form klarer erkennbar und hebt sich besser vom Hintergrund ab.

Richtige Anwendung

Auf weißem Hintergrund ist die schwarze Variante zu verwenden.

Auf einem dunklen Hintergrund sollte das Logo invertiert dargestellt werden.

Bei der großen Variante wird alles bis auf das graue Hintergrundraster invertiert.

Kleine Variante

Telltale  Games

Telltale  Games

Große Variante

Telltale  Games

ELEMENTE

Falsche Anwendung

Telltale  Games

Falsche Typografie

 **Telltale Games**

Falsche Anordnung

Telltale  Games

Falsche Farbe

Telltale  Games

Falsche Proportionen

Telltale  Games

Falsche Umsetzung

Grundsätzlich darf das Logo nicht verändert werden und nicht mit Schatten hinterlegt werden.

Links sind einige Beispiele zu sehen, wie das Logo nicht genutzt werden darf.

Ausnahme bei Spielen/Trailern:

In Spielen und in Spieltrailern dürfen Typografie und Farbe an das Spiel angepasst werden. Dabei muss das Logo einmal in seiner ursprünglichen Form sichtbar sein und darf dann auch in einer an das Spiel angepassten Form gezeigt werden. Die Anordnung und die Proportionen der Wort-Bild-Marke dürfen auch in diesem Fall nicht geändert werden.

Typografie

In der Bürokommunikation und Internetpräsenz wird die Schriftfamilie Proxima Nova genutzt. In Spielen und Trailern muss die Schrift nicht verwendet werden.

Für Überschriften kommt dabei die Soft-Variante der Schriftart zum Einsatz, die durch die runden Abschlüsse der Typografie der Wortmarke sehr nahekommt. Die Proxima Nova Soft besitzt allerdings eine geeignetere Laufweite für Texte und unterstützt neben den lateinischen auch die kyrillischen Zeichen (insgesamt über 1.100).

Fließtexte werden in Proxima Nova Regular geschrieben und Hervorhebungen werden mit dem Schriftschnitt Semibold umgesetzt.

Proxima Nova Soft für Überschriften

aäbcdefghijklmnoöpqrstuüvwxyz
AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZ
1234567890 §%&(.,;,,“?!)

Proxima Nova-Regular für Fließtexte

aäbcdefghijklmnoöpqrstuüvwxyz
AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZ
1234567890 §%&(.,;,,“?!)

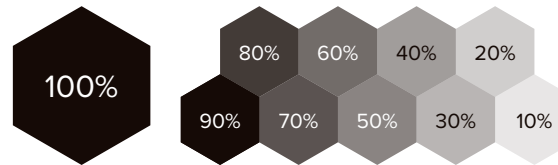
Proxima Nova-Semibold für Hervorhebungen und Zwischenüberschriften

aäbcdefghijklmnoöpqrstuüvwxyz
AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZ
1234567890 §%&(.,;,,“?!)

ELEMENTE

Farben

Als Schriftfarbe auf hellem Hintergrund wird das TTG-Schwarz verwendet. Auf dunklen Hintergründen ist die Textfarbe weiß.



TTG – Schwarz

CMYK: C 65% M 70% Y 70% K 85%

RGB: R 34 G 23 B 17

Hexadezimalwert: #211710

Als Akzentfarben stehen drei verschiedene Blautöne und ein Orange zur Verfügung. Diese Farben sollten nur sehr sparsam eingesetzt werden.

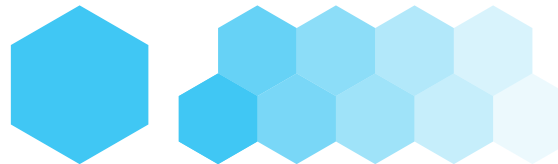


TTG – Hellblau

CMYK: C 35% M 0% Y 0% K 0%

RGB: R 175 G 223 B 249

Hexadezimalwert: #AFDEF9



TTG – Neutrales Blau

CMYK: C 60% M 0% Y 0% K 0%

RGB: R 91 G 197 B 242

Hexadezimalwert: #5BC5F1



TTG – Dunkelblau

CMYK: C 80% M 30% Y 20% K 0%

RGB: R 21 G 141 B 180

Hexadezimalwert: #158DB4



TTG – Orange

CMYK: C 0% M 55% Y 90% K 0%

RGB: R 241 G 136 B 37

Hexadezimalwert: #F18825

Hintergrund-Raster

Ein wichtiger Bestandteil des Corporate Designs ist das Hintergrund-Raster. Damit lässt sich medienübergreifend ein einheitlicher Stil erreichen.

Das Raster sollte entweder vollflächig ohne Lücken (wie z.B. beim DVD-Label auf S. 13) oder entlang der Ränder mit einem ausgefranzten Übergang verwendet werden, wie es auch in diesem Design Manual angewandt wird.

Die Farbe des Rasters ist grundsätzlich:

CMYK: C 8% M 7% Y 7% K 0%

RGB: R 230 G 230 B 230

Hexadezimalwert: #E6E6E6

Wenn nötig, ist es möglich die Helligkeit des Rasters an die Gegebenheiten anzupassen.



Bildwelt



passende Lichtstimmung

durch das richtige Licht entsteht eine besondere Atmosphäre

tiefe Kameraperspektive

durch die knietiefe Kameraperspektive wirken die Charaktere eindrucksvoller

dramatische Szene

der Betrachter soll vom Geschehen gefesselt werden

Personen im Bild

in den Geschichten stehen die Charaktere im Vordergrund, nicht die Umgebung

Comic-Look

die Bilder sollten im Stil des jeweiligen Spiels gehalten sein

Nahaufnahmen

dadurch ist die Mimik der Charaktere erkennbar



ANALOG

Briefbogen

Telltale Games	
Firma Vorname Nachname Straße 1 12345 Stadt LAND	Telltale Games P.O. Box 9737 San Rafael, CA 94912-9737 Tel.: +1 415 2581638 Fax: +1 415 2581795 info@telltalegames.com telltalegames.com 10.01.2016
Sehr geehrter Herr Nachname, Blindtexte werden ebenfalls zur Demonstration der Gestalt verschiedener Schrifttypen und zu Layoutzwecken verwendet. Sie ergeben in der Regel keinen inhaltlichen Sinn. Aufgrund ihrer verbreiteten Funktion als Fülltext für das Layout kommt einer Nicht-Lesbarkeit besondere Bedeutung zu, da die menschliche Wahrnehmung u.a. darauf ausgerichtet ist, bestimmte Muster und Wiederholungen zu erkennen. Ist die Verteilung der Buchstaben und die Länge der „Worte“ willkürlich, lenkt beispielsweise nichts von der Beurteilung der Wirkung und Lesbarkeit verschiedener Schriftarten (Typografie) sowie der Verteilung des Textes auf der Seite (Layout oder Satzspiegel) ab. Deshalb bestehen Blindtexte meist aus einer mehr oder weniger willkürlichen Folge von Wörtern oder Silben. Wiederholungsmuster können also nicht den Gesamteindruck trüben und Schriftarten so besser miteinander verglichen werden. Dabei ist natürlich von Vorteil, wenn der Blindtext halbwegs realistisch erscheint, damit die Wirkung des Layouts der späteren Publikation nicht beeinträchtigt wird. Mit freundlichen Grüßen <i>Unterschrift</i>	
Seite 1 von 2	
Telltale Games P.O. Box 9737 San Rafael, CA 94912-9737 Tel.: +1 415 2581638 Fax: +1 415 2581795	info@telltalegames.com telltalegames.com Steuer-Nr 123/4567/7890 Bank San Rafael BLZ 123 456 78 Konto 1 234 567 Geschäftsführer: Dan Connors

Telltale Games	
Firma Vorname Nachname Straße 1 12345 Stadt LAND	Telltale Games P.O. Box 9737 San Rafael, CA 94912-9737 Tel.: +1 415 2581638 Fax: +1 415 2581795 info@telltalegames.com telltalegames.com 10.01.2016
Teil, wenn der Blindtext realistisch erscheint, damit die Wirkung des Layouts der späteren Publikation nicht beeinträchtigt wird. Mit freundlichen Grüßen <i>Unterschrift</i>	
Seite 1 von 2	
Telltale Games P.O. Box 9737 San Rafael, CA 94912-9737 Tel.: +1 415 2581638 Fax: +1 415 2581795	info@telltalegames.com telltalegames.com Steuer-Nr 123/4567/7890 Bank San Rafael BLZ 123 456 78 Konto 1 234 567 Geschäftsführer: Dan Connors

DVD-Label



D I G I T A L

Spielmenü



Das hinter dem Menü liegende Raster und die Bildmarke vor jedem Menüpunkt stellen eine Verbindung zum Corporate Design von Telltale Games her.

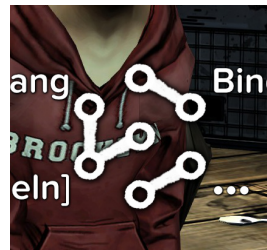
Der aktive Menüpunkt ist in einer dunkleren Schattierung des TTG-Oranges gefärbt und in einer größeren Schriftgröße dargestellt als die anderen.

Spielelemente

Das grundlegendste Spielelement ist das Treffen von Entscheidungen, bei denen der Spieler mehrere Möglichkeiten bekommt und eine davon auswählen kann.

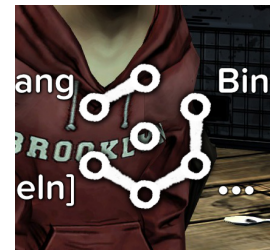
Dieses Spielelement besteht aus den gleichen Formen wie die Bildmarke. Muss die Entscheidung in einer bestimmten Zeit fallen, werden die Linien zufällig ein- und ausgeblendet. Umso weiter die Zeit vorangeschritten ist, umso seltener wechseln die Linien ihre Sichtbarkeit. Kurz vor Ablauf der Zeit entstehen nur noch Verbindungen im äußeren Ring.

Um eine Möglichkeit auszuwählen wird auf den Spielekonsolen einer der Sticks in die gewünschte Richtung gedrückt. Auf Computern wird die Auswahl durch direktes Anklicken der Antworten möglich. Auf Smartphones und Tablets kann der Spieler irgendwo auf den Bildschirm tippen und in eine Richtung ziehen, wodurch die entsprechende Möglichkeit ausgewählt wird.



Links: Die Linien wechseln zufällig ihre Sichtbarkeit.

Rechts: Das Ein- und Ausblenden der Linien wird seltener und passiert nur noch bei den äußeren Linien.



Wird eine Antwort ausgewählt, färbt sich die Linie und der Text im TTG-Orange.

KONZEPT

Zielgruppe

Spieler, denen die Story sehr wichtig ist und sich die Frage stellen: „Was wäre wenn?“ bilden den Grundstock der Zielgruppe. Dabei spielt das Alter eine untergeordnete Rolle. Klassiker wie *Monkey Island* oder *Zurück in die Zukunft* sprechen nostalgische Gefühle der Älteren an, wobei die Geschichten stets so konstruiert sind, dass es nicht notwendig ist, die Vorbilder zu kennen, was jungen Spielern zugute kommt, die die Vorbilder nicht miterlebt haben. Jedoch sind gerade jene Spieler von Interesse, die die Vorbilder kennen und lieben. Daher werden die Vorbilder so gewählt, dass eine möglichst große Menge angesprochen wird. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda werden Freunde und Bekannte, die das Vorbild nicht kennen, überzeugt das Spiel auszuprobieren, da die Geschichten eben auch ohne diese Kenntnis funktionieren, erweitert sich so der Kundenkreis.

Personas



Sara Henne, Fernsehserien-Liebhaberin, ist 22 Jahre alt und studiert Medienpädagogik.

Sie besitzt einen Laptop, ein Tablet und ein Smartphone, mit dem sie spielen kann. Am liebsten spielt sie auf ihrem heiß geliebten Tablet Wimmelbildspiele. Beim Erscheinen einer neuen Episode von *Game of Thrones* wirft sie alles über den Haufen und taucht in die Geschichte ab. Anschließend erzählt sie und diskutiert mit ihren Freunden über die neue Episode.



Benedikt Zähler, 39 Jahre alt, Softwareentwickler, hat in seiner Jugend alle Adventure Spiele Klassiker verschlungen.

Er besitzt einen Tower PC, den er selbst liebevoll zusammengebaut hat, eine Spielekonsole und einen großen Fernseher. Am liebsten schaut er spannende Filme auf dem großen Fernseher. Wenn er seine Kinder spielen sieht, erzählt er ihnen wie toll die Spiele früher doch waren.



Kevin Klein, 13 Jahre alt, träumt gerne vor sich hin und überlegt was passieren würde, wenn das ein oder andere eintrifft. Ein Regal in seinem Kinderzimmer ist mit Comics gefüllt.

Er besitzt ein Smartphone und hat eine Spielekonsole zum Geburtstag bekommen. Heiß auf die Konsole und die neuen Möglichkeiten, spielt er nun beinahe jede freie Minute an der Konsole.

Marktsituation

Die Spiele bedienen eine spezielle Nische, die nur allmählich von anderen Studios bedacht wird. Konkurrenten sind die klassischen Adventure-Spiele, bei denen die Geschichte fest vorgegeben ist. Einzelne Spiele wie *Until Dawn* von Supermassive Games und *Life is Strange* von Dontnod Entertainment greifen die Spielmechanik auf, entwerfen jedoch komplett eigene Universen. Die Adaptierung von bereits existierenden Universen bleibt ein Markenzeichen von Telltale Games.

Die Spiele werden auf allen Plattformen angeboten, sei es PC, Konsole, Tablet oder Handy, um möglichst viele Nutzer zu erreichen und verschiedene Vorlieben abzudecken. Die visuelle Qualität wird dabei auf das geringste Glied in der Kette abgestimmt, die mobilen Geräte. Auf leistungsfähigeren Systemen wird diese nicht angehoben. Um dem Rechnung zu tragen, bleibt die Grafik stilisierend und ohne Details. Ein Merkmal, das sich durch alle Titel des Studios zieht.

Andere Studios sind bei der visuellen Qualität besser aufgestellt, sind jedoch auch nur für leistungsfähige Systeme verfügbar (*Until Dawn*).

Die Firma genießt einen guten Ruf, so dass Fernsehserienproduzenten selbst anfragen, ob ein Spiel zu der Serie realisiert werden könnte. Die Beliebtheit von Fernsehserien und Computerspielen wird auch in Zukunft noch genug Material liefern, um neue Spiele zu entwickeln.

Konzept

Die Spiele sollen im Vordergrund stehen. Deshalb rückt die Repräsentation der Firma in den Hintergrund. Jedoch soll der kleine Anteil, der doch immer zu sehen sein soll, markant die Firma repräsentieren und unverwechselbar als Qualitätssiegel dem Spiel beiliegen. Die Gestaltung der Spiele hängt stark von den jeweiligen Vorbildern ab und variiert zu stark, als dass es sich in Regeln gießen ließe. Kreativer Umgang mit den Möglichkeiten, die das Logo und das Konzept dahinter bietet, ist gefragt.

Altes Logo



telltale*games*

Das alte Logo hat Probleme bei Verkleinerung. Die feinen Buchstaben in den Kreisen sind nicht mehr lesbar. Der Kontrast des Graus ist schwach und der Schriftzug zu klein. Insgesamt sind die Farben zu gedeckt.

Jedoch finden wir auch gelungene Elemente. Die Kreise symbolisieren zum einen die drei Gründer, zum anderen Entscheidungsmöglichkeiten im Spiel, wobei die untere markiert ist durch die lila Farbe, die ebenfalls „telltale“ färbt, was den eigenen Erzählstrang hervorhebt, der durch die Wahl der Möglichkeiten beeinflussbar ist.

Logo-Skizzen



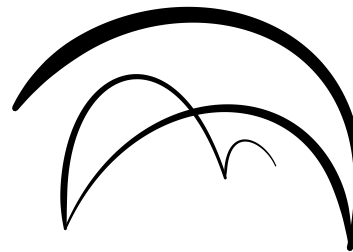
Das dreidimensionale Logo wurde durch das Logo der Stadt Melbourne inspiriert, das aus einem M besteht, welches auf den ersten Blick zweidimensional scheint, aber durch die Schattierungen ein dreidimensionales Aussehen erhält.



Das Brot mit den Krümeln steht für das Legen einer Spur durch unbekanntes Terrain. Wie im Märchen von Hänsel und Gretel soll es helfen den Weg zu finden. Auch in kleiner Form noch erkennbar ist es vielfach einsetzbar und hebt sich von den Logos anderer Firmen ab.



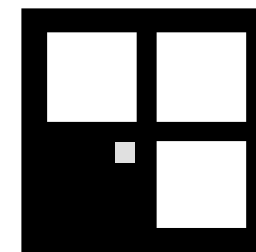
Die Wortmarke mit der Gitterstruktur erinnert an eine Karte, auf der man an jeder Kreuzung einen anderen Weg einschlagen kann.



Die geschwungene Linie, die hin und her hüpft, landet bei jedem Auftreffen auf dem Boden bei einer Entscheidung, die eine neue Richtung vorgibt. Zu luftig und filigran fällt es aus der weiteren Konzipierung heraus.

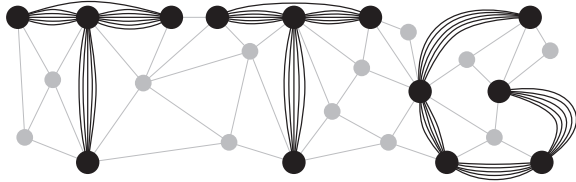


Das Logo mit den drei roten Buchstaben auf blauer Fläche steht für eine Geschichte, die aus vielen kleinen Teilen bzw. Entscheidungen zusammengesetzt wird und dadurch immer andere Varianten der Geschichte entstehen.

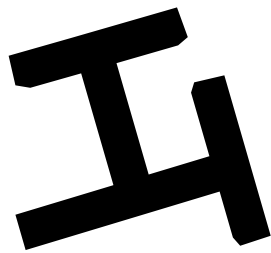


Das Fenster stellt vier Entscheidungen vor, bei der die Letzte im Verschwinden begriffen ist. An ein Schiebepuzzle erinnernd, muss die richtige Kombination in der richtigen Reihenfolge gewählt werden, um ans Ziel zu gelangen. Die Verwechslungsgefahr, zum Beispiel mit Windows, ist jedoch zu groß.

Logo-Skizzen



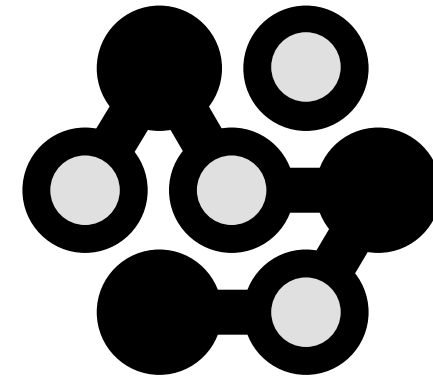
Beim Logo mit den geschwungenen Verbindungslinien stehen die Verbindungen, die die Buchstaben bilden, für die gewählten Möglichkeiten. Die grauen Verbindungen sind andere Wege, um durch die Geschichte zu kommen.



Zwei Ts im Namen, den wir nicht ändern wollen, erinnern an eine Kreuzung. Zusammen kombiniert ergeben sich Formen, die auch ein G erkennen lassen. Ein T als Symbol der Entscheidungsfindung mehrfache vertreten stellt eine Labyrinth dar, das durchquert werden muss.

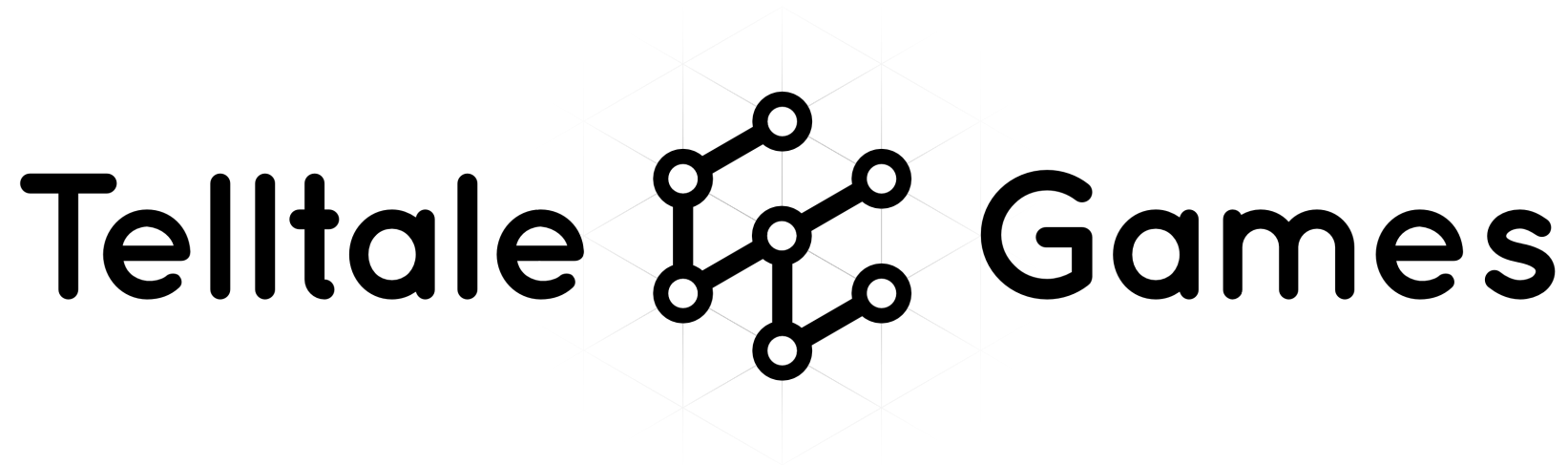


Inspiziert durch das aktuelle Design der Entscheidungswahl, entstand das Logo mit den vier Kreisen und dem roten Balken darunter. Die vier Kreise stehen einerseits für die Entscheidungsmöglichkeiten, andererseits für die Tasten auf einem Konsolen-Controller. Der rote Balken steht für die Darstellung der ablaufenden Zeit und gibt dem Logo Stabilität.



Die sieben Punkte, teilweise miteinander verbunden, symbolisieren den Weg durch die Geschichte. Auf diese Idee fiel unsere Wahl.

Neues Logo



Unser Logo greift die Kreise auf, die die Wahlmöglichkeiten symbolisieren. Sieben Kreise, eine märchenhafte Zahl, bieten unzählbare Möglichkeiten der Verknüpfung, die einen Weg durch die Geschichte symbolisieren. Die Gabelform mit den drei nach oben rechts strebenden Zacken deuten den Fortschritt und die Dynamik der Geschich-

te an, das stechende Gefühl rascher Entscheidungen. In einer Linie umgeben von dem Schriftzug gleicht es einer Waage, die das wohl überlegte Abwägen der Möglichkeiten symbolisiert.

Bei übergroßer Darstellung deutet ein Raster im Hintergrund auf weiter entfernte Ziele und die unendlichen Weiten des Universums.

Der Schriftzug ist abgerundet und orientiert sich in seiner Linienstärke an den Verbindungen zwischen den Punkten.

Netz

Das Raster des Logos lässt eine Weiterführung der Punkte und Verbindungen zu, sodass eine Netzstruktur entstehen kann. Die Verbindungen lassen sich variieren, damit ein zufälliges Muster entstehen kann und die Ränder ausfransen. Innerhalb des Netzes lassen sich Wege und Zeichen symbolisieren, die entschlüsselt werden müssen. Rätselhaft setzt das Netz eine Grundstimmung, die sich durch alle Teile zieht.

Interkulturell

Die einfache Struktur des Logos macht es für vielen Kulturen zugänglich. Verbindung von Punkten ist ein universelles Symbol. Der Schriftzug lässt sich regional anpassen. Eine neutrale Farbgebung in Schwarzweiß ist eine gute Voraussetzung um keine schlechten Assoziationen zu wecken, und wenn doch, lässt sie sich einfach an die jeweilige Region anpassen.

Schrift

Die Schrift ist sehr schlicht gehalten, dadurch rückt der Inhalt in den Vordergrund. Vor allem auf dem Bildschirm soll eine gute Lesbarkeit sichergestellt sein. Im Bezug auf die Netzstruktur gibt es vorgefertigte Zahlen und Buchstaben, die sich an den Punkten orientieren und eine Verbindung zwischen ihnen herstellen. Somit lassen sich Botschaften im Netz verstecken oder die Schrift, deutlich hervorgehoben, als Überschrift verwenden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Farben

Neutral sollen die Farben die Spiele begleiten. Schwarzweiß als Kontrast, der die Spannbreite der Entscheidungen einrahmt. Himmelblaue Töne, die den Himmel symbolisieren. Eine freundliche Gemeinsamkeit vieler Welten. Das Orange spiegelt die Aggressivität und Gewalt wieder, die oft Thema der Spiele ist. Die Farben sollen nur punktuell zur Akzentuierung verwendet werden.



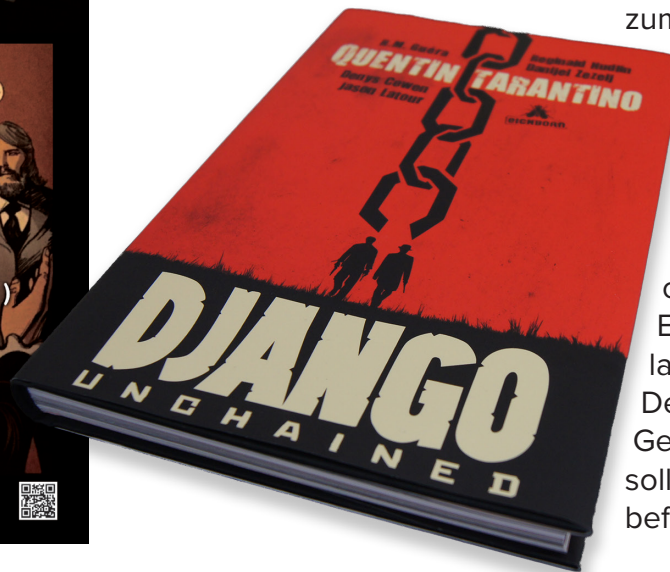
Analoges Konzept



Viele Spiele basieren auf Comics oder auf Comic-Figuren. Um die Gruppe der Comicaaffinen direkt anzusprechen, platzieren wir Werbung ans Ende von Comics. Auf der letzten Seite sind ein paar Bilder aus den Spielen zu sehen, die auf ein Dilemma zusteuern, das am Ende aufgeworfen wird, aber nicht entschieden wird. Stattdessen verweisen wir mit unserem Logo und dem Claim: „decide now“ auf die Webseite des Spiels.

Beispielhaft nehmen wir den Comic zum Film *Django* von Quentin Tarantino unter der Annahme, das ein Spiel von Telltale Games entwickelt wurde. Wir zeigen die Szene erneut, in der Dr. Schultz sich entscheiden muss, ob er den Vertrag mit einem Handschlag besiegelt oder sein Gegenüber erschießt. Die Entscheidung bleibt dem Leser überlassen.

Der Wunsch, bestimmte Aspekte der Geschichte umgestalten zu können, soll geweckt werden und mit dem Spiel befriedigt werden.



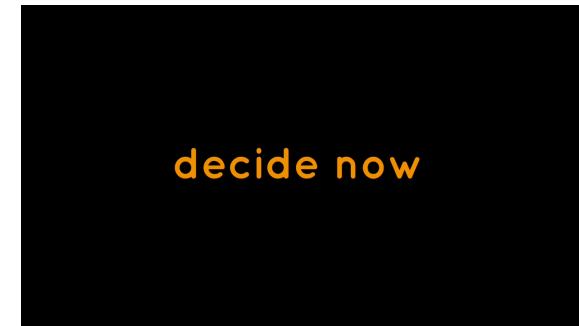
Digitales Konzept

Beim Ende einer Fernsehserien-Episode sind die Zuschauer gespannt und würden am liebsten wissen, was als nächstes passiert. Um diesen Moment zu nutzen, schalten wir direkt nach den Credits der Episode einen kleinen Trailer des Spiels, passend zu der Fernsehserie, indem der Zuschauer mit einem Dilemma eines Protagonisten konfrontiert wird. Die Entscheidung bleibt offen und verweist mit dem Claim: „decide now“ auf die Webseite des Spiels. Bei unserem Prototypen gehen wir davon aus, dass Telltale Games sich die Rechte an der Fernsehserie *Fargo* gesichert hat und ein Spiel im Comic-Stil entwickelt hat.

In Spiel kommt unter anderem ein Auftragsmörder vor. Als dieser mit einem Auto rasant durch die nächtliche Stadt fährt, weckt er die Aufmerksamkeit eines Polizisten. Dies hat eine Straßenkontrolle zur Folge, die unser Trailer zeigt.

Der Auftragsmörder möchte seine Identität nicht preisgeben und droht dem Polizisten, auf das Wohl seiner Kinder

verweisend, ihn unbehelligt fahren zu lassen. Die Entscheidungsmöglichkeiten des Polizisten werden angezeigt, jedoch nicht seine Entscheidung. Der Bezug auf die bekannten Charaktere aus der Fernsehserie erlaubt den schnellen Einstieg ins Geschehen und verspricht dem Zuschauer mehr Zeit in diesem Universum.



Reflektion

Mit der Wahl von Telltale Games sind wir sehr zufrieden. Die Spiele und die Philosophie des Studios sind sehr inspirierend. So konnte eine Idee reifen, mit der wir sehr zufrieden sind. Basierend auf der Idee von vernetzten Punkten konnten wir viel experimentieren und interessante Gestaltungen umsetzen.

Sehr herausfordernd war es, die vielen verschiedene Spiele unter ein Corporate Design zu stellen. Zusätzlich musste das Design sowohl im digitalen als auch im analogen Bereich funktionieren. Durch das Raster konnten wir eine Verbindung zwischen den alten und neuen Medien herstellen.

Die Teamarbeit hat sehr gut funktioniert und half bei der Ideenfindung, da wir uns immer wieder gegenseitig auf neue Ideen gebracht haben. Auch die Absprache lief, wie aus früheren Projekten gewohnt, ohne Probleme.

Abschließend glauben wir, dass die Grundidee eine gute Basis liefert, sehr anpassungsfähig ist und sich immer erweitern lässt.

Dadurch wird es möglich, das Logo in Spieltrailern kreativ umzusetzen und dabei auf die individuellen Universen einzugehen, aber dennoch einen gemeinsamen Nenner wieder zu spiegeln.

Anteil

Martin Schwinn

- Grundkonzept
- Animationen
- Farbgebung
- Verbindungsgestalter-Tool
- Muster-Schrift
- Konzept Booklet

Steffen Wilking

- Hintergrundmuster
- Netzvariationen
- Logo-Varianten-Übersicht
- Trailer
- Schriftwahl
- Design Manual

QUELLEN

Spiele:

Pressematerial Telltale Games

Analoges Konzept:

Django Unchained von Quentin Tarantino, erschienen im Eichborn Verlag, ISBN 978-3847905387

Digitales Konzept:

Fargo Staffel 1 – Episode 3

Personas:

<https://www.bostonconservatory.edu/showcase/sara-coombs>

http://www.alles-lausitz.de/_em_daten/_wordpress/2011/03/31/aufmacher/110331_2108_93_schmorre_aufmacher.jpg

<http://static01.20min.ch/diashow/36339/messi-8eb93f1448939b1e8e23b7f40494fd84.jpg>

