

SONOTYP

AUSGANGSLAGE:

Schriftarten können nicht ausdrücken, wie sich jemand wirklich fühlt oder wie ein Wort tatsächlich klingt. Emotionen, Tonfall und persönliche Nuancen verschwinden, sobald Sprache zu geschriebenem Text wird. Es fehlt ein Werkzeug, dass die individuelle Ausdruckskraft der Stimme in eine echte, persönliche visuelle Form übersetzt.

AUFGABE:

Gestalte beispielhafte Screens.

Präsentiere deine entworfenen Screens in Form eines Digitalen Plakates 70x100cm, mit 2 bis 5 beispielhaften screens (app Entwürfe).

ZIEL:

Die App wird zum Standardtool für Sound-to-Visual-Kommunikation auf allen Kontinenten, inspiriert Milliarden von Menschen, wird in Studios, Schulen und Büros genutzt und lässt jede Stimme zu einem globalen visuellen Statement werden. Mit dieser App wird Kreativität grenzenlos, Sprache sichtbar und jede Interaktion zu einer unvergesslichen Design-Erfahrung.

persona

LOLA ROSE:

Geschlecht: Weiblich

Vorname: Lola Rose

Alter: 28

Wohnort: London Notting Hill

Wohnart: Altbau Wohnung

Familienstand: Verlobt

Job: Fashion Magazin Designer

Freizeit: geht auf den Blumenmarkt einkaufen oder mit ihrem Labradoodle Milo spazieren

& Sie organisiert Design und Kunstkurse an der Tate Modern für Kinder aus sozial schwachen Familien

Hobby: Pilates, Malerei und Fotografie

KFZ: 911 Porsche 1980 in royal Blue (aber sie fährt nicht oft mit dem Auto nur wenn sie mal einen Ausflug nach Cornwall macht) Sie liebt alte Autos

Handy: iPhone 15 Pro

Musik: English Pop like Alex Warren, Ed Sheeran & Lily Allen

Wo kauft die Person ein: Waitrose & auf einem lokalen Markt

Mittelkonsole Auto: Lippgloss & Handcreme (einzige was rein passt)

Angst wovor: Angst vor der Zunahme von Missbrauch von Frauen und Kindern

Die Angst, nicht genug zu bewirken — Sie engagiert sich für Kinder und Frauen, macht Kunst mit Bedeutung, aber manchmal fragt sie sich, ob das alles wirklich etwas verändert

persona

LOLA ROSE:

Weswegen schon mal gelogen:

„Ich hab die Deadline fast fertig.“

– Klassische Designer Ausrede, wenn sie in Wirklichkeit noch mitten im kreativen Chaos steckt.

„Das ist ein Vintage Fundstück!“

– In Wahrheit war die Vase aus einem kleinen Concept Store in Chelsea. Sie sagt das, weil sie mag, wenn Dinge eine Geschichte haben – selbst wenn sie erfunden ist.

„Ich hab’ das Bild extra so gemacht.“

– Wenn ein Foto leicht verwackelt ist, aber sie es nicht löschen möchte. Sie verkauft es dann als „künstlerische Absicht“.

Partei: Liberal Democrats

Kontostand: 4.800 euro

Was schaut die Person auf Ebay an: Alte Kronleuchter für Ihr Haus

Was wollte die Person als Kind mal werden: Stuntgirl

Was ist ihr Lieblingsfilm: The Holiday

Liebblingsjahreszeit: Frühling weil Notting Hill dann in voller Blüte steht und sie auf dem Portobello Road Market Inspiration für ihre Designs findet

Liebblingskünstler: David Hockney (wegen seiner Farben) & Peter Lindbergh (wegen seiner Porträt und Mode Fotografie)

Reiseziele: Kopenhagen (Design), Positano (Fotografie), Schottland (Ruhe).

Größte Stärke: Einfühlungsvermögen und Kreativität.

Größte Schwäche: Sie nimmt sich zu viel zu Herzen – besonders bei sozialen Themen.

Digitale Applikationen

App Musik & Sound

promten LOLA ROSE:



WiSe 2025/2026

Lily Marie Zettler

Prof. Jo Wickert

MARKEN IM UMFELD:

VOGUE




Vivienne
Westwood

benefit
SAN FRANCISCO

JO MALONE
LONDON

NETFLIX

WESTWING



ZARA

Instagram



MANGO

DIOR

JIMMY
CHOO

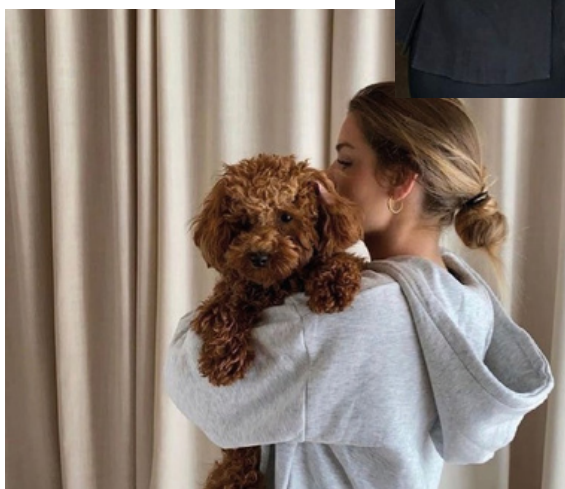
THE WHITE COMPANY
LONDON

ZADIG & VOLTAIRE

MOODBOARD LOLA ROSE:



NOTTING HILL
NOTTING HILL
NOTTING HILL
NOTTING HILL



MITBEWERBER:

- DaFont (Schriften herunterladen),
- Sprachnachrichten auf WhatsApp
- Quick Font Creator App (App mit der man handgeschriebene Zeichen in eine nutzbare Schriftart umwandeln kann),
- Patatap (App, die Töne und Sounds mit Animationen und visuellen Reaktionen verbindet)

SITUATIONSMETAPHER:

Es fühlt sich an wie der Moment, in dem du hoch oben auf einem Berg stehst, umgeben von klarer, kalter Luft, die tief in deine Brust strömt und dich für einen Augenblick ganz wach macht. Unter dir breiten sich weite Täler aus, ruhig und endlos, und die Stille der Höhe legt sich wie ein Mantel über dich.

Du atmest ein, zögerst kurz und dann rufst du hinaus. Erst leise, tastend, als würdest du prüfen, ob die Welt dich hört. Doch die Weite macht dich mutiger. Du wirst lauter, kräftiger, bis alles in dir nach draußen drängt: Freude, Wut, Zweifel, alles, was sich angestaut hat.

Dein Ruf bricht sich an den Felsen, springt zwischen steilen Wänden hin und her, und als das Echo zurückkommt, klingt es wie ein Befreiungsecho, klarer, reiner, leichter als das, was du hinausgeschickt hast.

Es ist der Augenblick, in dem du spürst, dass du nichts in dir festhalten musst. Die Landschaft nimmt es auf, trägt es weiter, gibt es dir verändert zurück. Und plötzlich fühlt sich die Luft um dich herum größer an, deine Brust freier, als hätte die Bergwelt selbst ein Stück deiner Last mitgetragen.

KERNBOTSCHAFT:

Dein Echo in Linien

GEWÜNSCHTE REAKTION: Beim Verwenden der App

Die App macht das Erleben von Sprache und Klang in jeder Hinsicht intensiver: Vor der Nutzung inspiriert mich die App dazu, meine Stimme bewusst wahrzunehmen und zu überlegen, welche Gefühle oder Worte ich ausdrücken möchte. Während der Nutzung sehe ich, wie meine Stimme in Echtzeit zu Formen, Linien und Mustern wird, und ich kann mit diesen visuellen Ergebnissen experimentieren, sie speichern oder teilen. Nach der Nutzung motiviert mich die App, weiter mit meiner Stimme zu spielen, neue Klänge auszuprobieren und immer wieder kreativ zu werden.

DER “REASON WHY”:

Die App basiert auf präzisen Sound-to-Visual-Algorithmen, die Stimmen messbar analysieren und in nachvollziehbare typografische Parameter übersetzen. Jede Form entsteht aus echten Daten und nicht aus Zufall, transparent, reproduzierbar und glaubwürdig. Entwickelt habe ich die App aus Frustration über textbasierte Kommunikation: Beim Schreiben fehlen Tonfall, Emotion und Intention, wodurch Bedeutung oft verloren geht und Missverständnisse entstehen. Diese App macht den Klang der Stimme sichtbar und ergänzt Sprache um das, was Worte allein nicht transportieren können.

ANMUTUNGSKRITERIEN DER APP:

Ästhetisch

Die App soll ästhetische Kreativität ausstrahlen, weil sie Klang in einzigartige typografische Formen verwandelt. Sie eröffnet Nutzern ein visuelles Erlebnis, das inspiriert, überrascht und künstlerisch wirkt. Ihre Erscheinung soll zeigen: Dieses Tool ist nicht nur funktional, sondern selbst ein ästhetischer Raum.

innovativ

Sonotype betritt ein Feld, das es so kaum gibt: die Verbindung von Klanganalyse und parametrischer Typografie. Das Konzept selbst ist ein Ausdruck von Innovation. Die App zeigt, dass sie bereit ist, Grenzen der Gestaltung und Technik zu überschreiten und neue Wege visuell erlebbar zu machen. Offenheit für Neues ist hier kein Zusatz, sondern die Grundlage des gesamten Produkts.

zuverlässig

Damit Nutzer Vertrauen in ein kreatives, komplexes System entwickeln, muss das Erlebnis stabil, nachvollziehbar und zuverlässig sein. Sonotype verspricht, dass jede Stimme präzise und konsistent in Formen übersetzt wird. Zuverlässigkeit schafft Glaubwürdigkeit und macht aus einer spannenden Idee ein professionelles Werkzeug, das jederzeit saubere Ergebnisse liefert.

selbstbewusst

Sonotype gibt Menschen etwas sehr Persönliches zurück: ihre Stimme in visueller Form. Die Marke sollte daher eine positive, selbstbewusste Ausstrahlung haben, weil sie Kreativität stärkt, Ausdruck fördert und Nutzer ermutigt, ihre eigene Stimme als kraftvolles Gestaltungsmittel zu verstehen. Selbstbewusstsein ist hier ein Gefühl, das die App direkt weitergibt: Deine Stimme hat Wert, Kraft und Sichtbarkeit.

MOODBOARD:

POSITIVE ENERGY.

focus on you.

selbstbewusst

zuverlässig

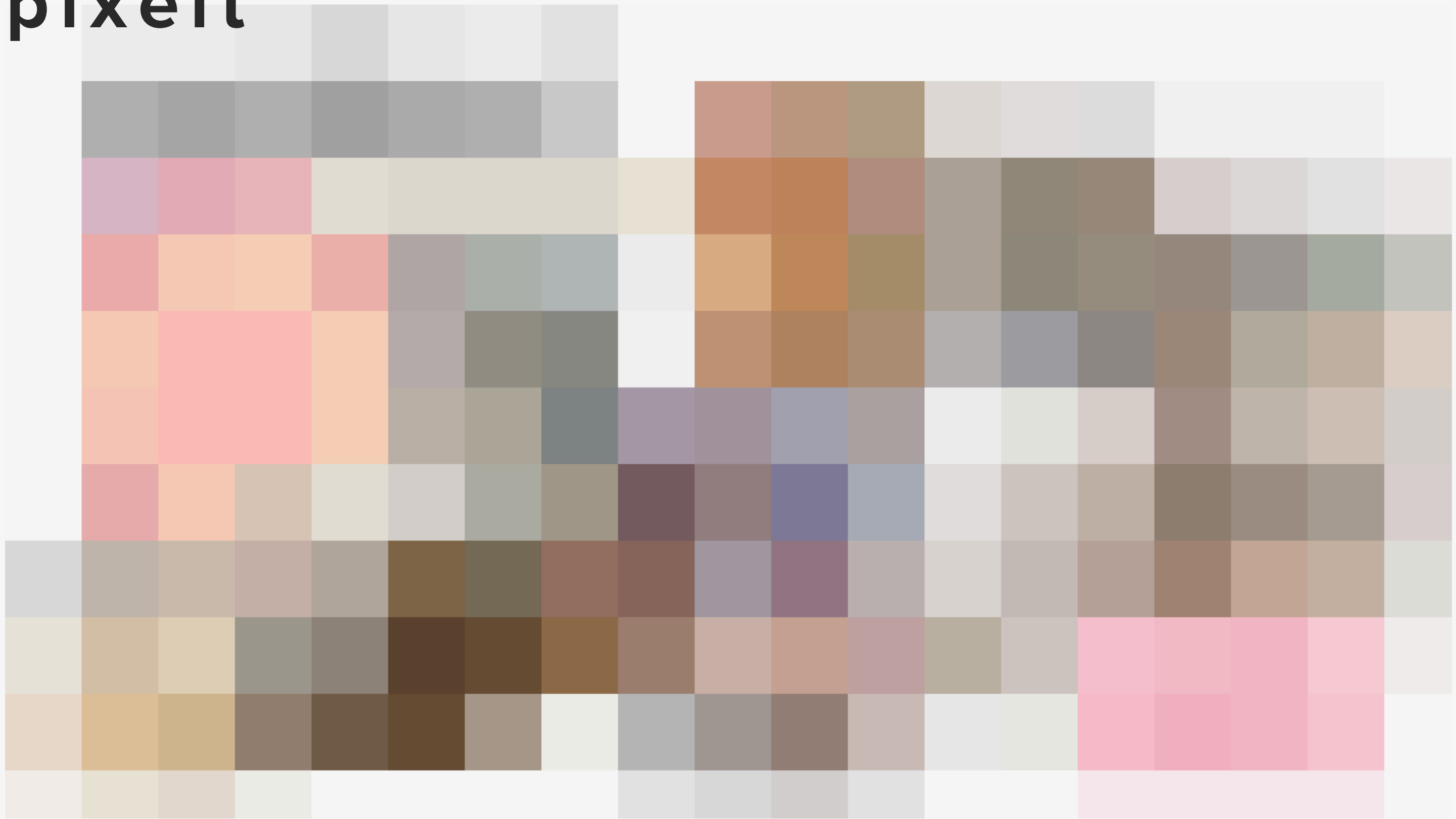
Ästhetisch

innovativ

PROGRESS
Over
PERFECTION.

MOODBOARD:

verpixelt



FARBPALETTE:



MEDIA:

Die App soll auf I Phone, I-Pad und Android laufen.

Digitale Applikationen

App Musik & Sound

TEAM:

Lily Zettler

Lily@hnpd.com

Lily.Zettler@htwg-konstanz.de

WiSe 2025/2026

Lily Marie Zettler

Prof. Jo Wickert

SONOTYP