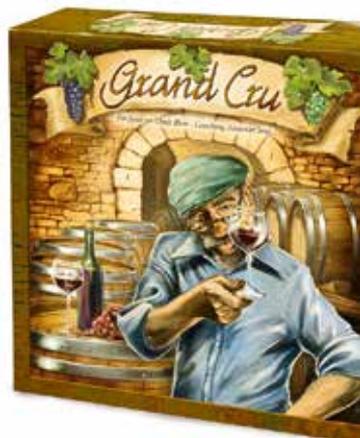


# ERFOLGREICH ARBEITEN MIT ILLUSTRATOREN

PRAKTISCHER LEITFADEN FÜR UNTERNEHMER, LEKTOREN, BILDREDAKTEURE UND ARTDIRECTORS



 **ILLUSTRATOREN  
ORGANISATION E.V.**

BERUFSVERBAND FÜR ILLUSTRATOREN AUS DEN BEREICHEN VERLAG, WERBUNG, FILM UND KUNST

## ILLUSTRATION IST EINE GUTE INVESTITION.

Sehr geehrter Leser,

Sie möchten mit Illustrationen arbeiten? Herzlichen Glückwunsch!

Das ist eine gute Entscheidung, denn:

- Eine Illustration ist immer perfekt auf Ihren Bedarf zugeschnitten.
- Mit Illustrationen gewinnen Sie Sympathie bei Ihren Kunden.
- Illustration bringt komplexe Themen auf den Punkt – ohne viele Worte.
- Illustrationen sind immer individuell.
- Mit Illustrationen verbessern Sie Ihre Kundenbindung und erzielen eine höhere Wertschöpfung bei Ihren Produkten.
- Mit dem Einsatz von Auftragsillustrationen geben Sie Ihrem Kunden das Gefühl, dass er Ihnen diese Investition wert ist.

Die Illustratoren Organisation e.V. – gegründet 2002 – hat mehr als 1.200 Mitglieder: Alte Hasen mit langjähriger Berufserfahrung, aber auch Berufseinsteiger, die neue Impulse und Perspektiven bringen. Wir freuen uns, Ihnen mit dieser Broschüre unser Wissen über erfolgreiche Kooperation weiterreichen zu können und hoffen, Sie profitieren davon. Wir wünschen Ihnen eine gute Zusammenarbeit mit Ihrem Illustrator und großen Erfolg mit dem illustrierten Endprodukt!

Mit freundlichem Gruß



Tim S. Weiffenbach

Vorsitzender der Illustratoren Organisation e.V.



Torsten Wolber (10)  
„7 Zwerge“ / Ferrero



Tobias Dahmen (10)  
„Swirl“ / XEO / Melitta

Frank Ihler (10) „Der kleine Preis“  
Vasata Schröder Werbeagentur  
PLUS Warenhandels-gesellschaft mbH



Harald Juch (10)  
„Im Geisterschiff“ / Kosmos



George Riemann (10)  
„Grand Central Rink“  
The New Yorker Magazine



Anja Nolte (10) „New York Edition“  
Werbeagentur MACKAT in Berlin / Emmi

Frank Ihler (10) „Choco Charly“  
Suchard Express / Kraft Foods Schweiz AG



ILLUSTRATIONEN SCHAFFEN BESTSELLER ...



David Norman (10)  
„Life Guard“ Key-Visual / TBWA  
„Aspirin“ / BBDO



Oliver Wunsch (10)  
„West BikeCop“  
Scholz & Friends



**Tipp:**

Auf den folgenden Doppelseiten zeigen wir Ihnen viele ganz unterschiedliche Anwendungsbereiche von Illustration – lassen Sie sich inspirieren.

## BEVOR SIE ANFANGEN ...

Für die Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Illustrator gibt es bewährte Regeln. Das ist gut so, denn nur durch gegenseitiges Einverständnis und Vertrauen kann ein fruchtbares Auftragsverhältnis entstehen.

Als Auftraggeber hilft es Ihnen, wenn Sie gut über die gesetzlichen Regelungen kreativer Arbeit informiert sind. Auf den nächsten Seiten geben wir einen Überblick über die wichtigsten Grundlagen.

Für detailliertere Fragen können Sie sich an Ihren Illustrator wenden: Er wird Sie gut beraten, schließlich hat er ein Interesse an zufriedenen Kunden und an einer langfristigen Geschäftsbeziehung.



Steven Bagatzky (10) „Vodafone-Flight Storyboard“ / JWT / Vodafone



Oliver Wunsch (10)  
„Nivea for Men / Tin“ / Caspari Film

## STORYBOARD UND LAYOUT



Oliver Wunsch (10) „West BikeCop“ (Detail) / Scholz & Friends

## ES IST GUT, DASS ES GESETZE GIBT.

### Das Urheberrechtsgesetz regelt Teile der Vereinbarungen zwischen Illustrator und Auftraggeber.

**Tipp:**

Arbeiten Sie nicht mit unprofessionellen Illustratoren zusammen, die Ihnen schöne Bildchen versprechen, aber nicht über Nutzungsrechte reden: Mit einer solchen Zusammenarbeit begeben Sie sich rechtlich gesehen auf dünnes Eis ...

Wenn Sie eine Illustration in Auftrag gegeben haben, erwerben Sie nicht die Illustration an sich, sondern nur das Recht zur Nutzung dieser Illustration in einem bestimmten Rahmen.

Der Illustrator ist Bildurheber, die Urheberschaft ist nach deutschem Gesetz nicht veräußerbar. Der Illustrator kann Ihnen also nur Nutzungsrechte einräumen. Die Regelungen hierzu finden Sie im „Urheberrechtsgesetz“ (UrhG).

Das ist aber kein Nachteil für Sie – im Gegenteil:  
**Das Urheberrechtsgesetz regelt auch Ihren Anspruch als Auftraggeber und gibt Ihnen Rechtssicherheit.**

Und das beste daran ist: Über den Erwerb der Nutzungsrechte haben Sie maßgeblich Einfluss auf den Preis einer Illustration. Wie das geht, erklären wir Ihnen auf den nächsten Seiten.

Ulf K. (IO) „Pinot – Blanc de Noir“ (Detail) / Personal Innovation GmbH



Wolfgang Judex (IO)  
„Trolli Apfelringe“ und „Milch Kuh“  
Mederer Süßwarenvertrieb Marke TROLLI



Ulf K. (IO) „Pinot – Blanc de Noir“  
Personal Innovation GmbH



Frank Ihler (IO)  
„Milupino“ Lucius / Heise, Hamburg, Milupa / Milupino  
„Elefant“ Enterprise IG, Hamburg „Teekanne“ Kindertee



## SYMPATHIEFIGUREN





## WIE SIE ÜBER NUTZUNGSRECHTE DEN PREIS MITGESTALTEN KÖNNEN.

Der Preis einer Illustration besteht aus zwei Teilen: der Vergütung für die Entwurfsleistung und der Vergütung für die Nutzungsrechteinräumung. Achten Sie darauf, dass das Angebot des Illustrators diese Positionen gesondert ausweist – das gibt Ihnen Sicherheit: Wenn Sie eine Illustration doch nicht nutzen wollen, wird nur der Entwurfspreis fällig.

Häufig möchten Auftraggeber alle Rechte an einer Illustration erwerben, weil Sie denken, das wäre der einfachste Weg, um in alle Ewigkeit über die Verwendung eines Bildes selbst bestimmen zu können. Dem steht nichts im Wege, aber es wird teuer: Das Vier- bis Sechsfache einer Vergütung für eine einfache Nutzung kostet ein solcher exklusiver Erwerb aller Rechte. Brauchen Sie das?

Vielleicht ist es viel besser, den Umfang der Nutzung möglichst klar zu umreißen – und so Geld zu sparen? Überlegen Sie mal:

- Möchten Sie die Illustration international, weltweit, europaweit oder nur regional nutzen? (**räumliche Nutzung**)
- Möchten Sie die Illustration über einen langen oder nur einen kurzen Zeitraum nutzen? (**zeitliche Nutzung**)
- Möchten Sie die Illustration für viele verschiedene Anwendungen oder nur für ein Medium nutzen? (**inhaltliche Nutzung**)
- Und möchten Sie ganz allein die Illustration verwenden oder können Sie sich vorstellen, dass der Illustrator die Nutzung an diesem Bild auch einer zweiten oder dritten Person einräumt? (**ausschließliche oder einfache Nutzung**)

**Tipp:**

*Wenn Sie mit der Bahn verreisen wollen, dann kaufen Sie sich in der Regel auch keine Jahreskarte – sondern lösen nur eine Hin- und Rückfahrt. Mit den Nutzungsrechten verhält sich das genauso. Warum sollten Sie mehr für etwas bezahlen, als nötig ist?*



**AUSSENWERBUNG**

Stefanie Bemmann (10) „Unsere Farben des Frühlings“ / Modehaus Schrupf, Darmstadt

Judith Drews (10) „Trollinge“ Logogestaltung & Ladenausstattung

Jan-Philipp Schwarz (10) „Messeplakat“ / Kiehl

Judith Drews (10) „Trollinge“ (Detail) / Logogestaltung





**Eigentlich wollen Sie nur ganz wenig Geld ausgeben?**

Auch kein Problem. Fragen Sie den Illustrator einfach, ob er ein passendes Motiv bereits in seinem Fundus hat. Dann erwerben Sie nur die Zweitnutzung – eine Entwurfsvergütung wird nicht mehr fällig.

**Sie wollen gerne alle Nutzungsrechte, aber erst bezahlen, wenn sie diese wirklich brauchen?**

Ganz einfach: Die meisten Illustratoren sind gerne bereit, Ihnen eine Erstoption zu branchenüblichen Konditionen auf den Erwerb weiterer Nutzungsrechte zu geben. Das bedeutet für Sie:

- Planungssicherheit – Sie haben jederzeit die Möglichkeit weitere Nutzungsrechte zu erwerben.
- Schutz – der Illustrator darf weitere Nutzungsrechte am Werk nicht verkaufen, ohne Ihnen diese vorher zum Erwerb anzubieten. Sie sind also immer als Erster am Drücker.
- Gezielte Investitionsplanung – Sie müssen Investitionen erst dann tätigen, wenn Sie die entsprechenden Nutzungsrechte brauchen.



Georg Stelzner (10) „Dendrobates granulifera“ (Frosch) / Tetra GMBH, „Macropodus opercularis“ (Fisch) / Tetra GMBH



Jochen Stuhmann (10) & Franziska Lorenz (10) „Die Geschichte des Lebens“ / GEO „Evolution“ / GEO kompakt



Georg Stelzner (10) „Farne“ Jugendsachbuch / Lingen Verlag Lernkarten Physik / Lingen Verlag „Diabrotica“ (Käfer) / Syngenta



## GUT ZU LESEN: WICHTIGE PASSAGEN AUS NUTZUNGS- UND URHEBERRECHT

### § 7 Urheber ist der Schöpfer des Werkes

§ 12 (1) Der Urheber hat das Recht zu bestimmen, ob und wie sein Werk zu veröffentlichen ist. § 13 (...) Er (der Urheber) kann bestimmen, ob das Werk mit einer Urheberbezeichnung zu versehen und welche Bezeichnung zu verwenden ist. § 14 Der Urheber hat das Recht, eine Entstellung oder eine andere Beeinträchtigung seines Werkes zu verbieten, die geeignet ist, seine berechtigten geistigen oder persönlichen Interessen am Werk zu gefährden. § 23 Bearbeitungen oder andere Umgestaltungen des Werkes dürfen nur mit Einwilligung des Urhebers des bearbeiteten oder umgestalteten Werkes veröffentlicht oder verwertet werden.

### § 39 (1) Der Inhaber eines Nutzungsrechts darf das Werk, dessen Titel oder Urheberbezeichnung nicht ändern, wenn nichts anderes vereinbart ist.

§31 (1) Der Urheber kann einem anderen das Recht einräumen, das Werk auf einzelne oder alle Nutzungsarten zu nutzen (Nutzungsrecht). Das Nutzungsrecht kann als einfaches oder ausschließliches Recht sowie räumlich, zeitlich oder inhaltlich beschränkt eingeräumt werden. (2) Das einfache Nutzungsrecht berechtigt den Inhaber, das Werk auf die erlaubte Art zu nutzen, ohne dass eine Nutzung durch andere ausgeschlossen ist. § 32 a (1) Der Urheber hat für die Einräumung von Nutzungsrechten und die Erlaubnis zur Werknutzung Anspruch auf die vertraglich vereinbarte Vergütung. Ist die Höhe der Vergütung nicht bestimmt, gilt die angemessene Vergütung als vereinbart. Soweit die vereinbarte Vergütung nicht angemessen ist, kann der Urheber von seinem Vertragspartner die Einwilligung in die Änderung des Vertrages verlangen, durch die dem Urheber die angemessene Vergütung gewährt wird.

Urheberrechtsgesetz (UrhG) vom 9.09.1965, Fassung vom 13. September 2003

Judith Drews (IO) „Vom Himmel hoch da komm ich her“ (Detail) / Edition Chrismon



Henriette Sauvant (IO)  
„Die Rose von Jericho“ / © Atlantis Verlag



Constanze v. Kitzing (IO)  
„Cache-Cache“ / Baha'i-Verlag



Miriam Elze (IO) „A March of the frightened Rabbits“ / Baramedia Publishing, Seoul, Korea

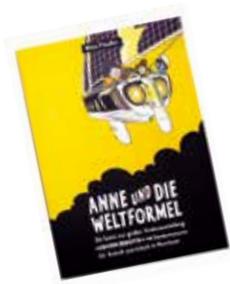


Judith Drews (IO) „Vom Himmel hoch da komm ich her“ / Edition Chrismon



„Docteur Bobo“ / Editions Tourbillon

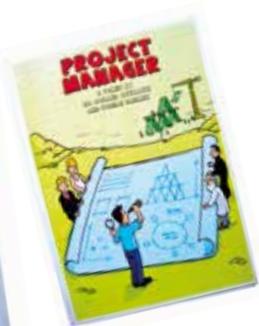




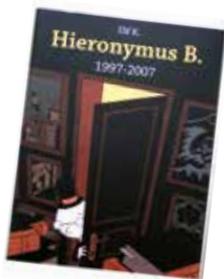
Max Fiedler (10) „Anne und die Weltformel“  
nowakteufelknyrim / Landesmuseum für  
Technik und Arbeit Mannheim



Tobias Dahmen (10)  
„Projekt Manager“  
Ottmann & Partner GmbH



Simon Schwartz (10)  
„drüben!“ / avant-verlag



Ulf K. (10)  
„Hieronymus B.“ / Edition 52  
„Das reiche und das ferne Land“ / Financial Times Deutschland



## COMIC & CARTOON

## ÜBER VERTRÄGE

# VERGESSEN SIE VERTRÄGE. ES IST SCHON (FAST) ALLES GEREGET ...

Gerade bei kleineren Illustrationsaufträgen lohnt es sich nicht, einen Vertrag aufzusetzen. Eine vertragliche Vereinbarung sollte immer von einem Anwalt geprüft sein, damit sie überhaupt Bestand hat.

### Tipp:

Vertrauen Sie nicht auf  
sogenannte Standardverträge.  
Diese werden individuellen  
Auftragssituationen selten  
gerecht und sind daher recht-  
lich gesehen außerordentlich  
bedenklich. Ein Vertrag ist  
immer Verhandlungssache.

Wenn Sie Ihren Illustrator zielorientiert angefragt und umfassend gebrieft haben, wird Ihnen der Illustrator ein Angebot vorlegen, in dem alle relevanten Punkte benannt sein werden. Dieses Angebot reicht völlig aus, um zu vereinbaren, welche Rechte zu welchen Konditionen erworben werden sollen.

Nur wenn es um ein größeres Projekt geht, bei dem mehrere Personen in den Produktionsprozess involviert sind und eine umfangreiche Verwertung geplant wird, ist es sinnvoll, sich juristisch beraten zu lassen und dem Illustrator einen Vertrag zur Verhandlung anzubieten.

Akzeptieren Sie keine mündlichen Vereinbarungen, da diese im Streitfall nicht nachzuweisen sind. Bedenken Sie andererseits, dass ein Auftrag dann als erteilt gilt, wenn die Freigabe mündlich mitgeteilt wurde. Eine schriftliche Auftragsbestätigung ist also in jedem Fall von Vorteil – für Sie und den Illustrator. Ebenso empfehlenswert ist eine gute Dokumentation des Auftragsablaufs.



Max Fiedler (10) „Keek“ / Online Flash Adventure Game

## WAS KOSTET ILLUSTRATION?

Es gibt nicht den einen Preis für Illustration, weil eine Illustration immer eine für einen speziellen Zweck angefertigte Arbeit ist. Bitte gehen Sie auch nicht davon aus, dass eine scheinbar einfache Zeichnung ganz besonders günstig sein muss – gerade in der Reduktion zeigt sich der wahre Meister. Um Ihnen einen kleinen Einblick in die Üblichkeit von Preisen zu geben, zeigen wir Ihnen hier ausgesuchte Beispiele.



### BILDMARKE

**Titel** „Löwe“  
**Illustrator** Tim Weiffenbach (IO)  
**Kunde** Mineralwasserhersteller  
**Nutzungsrechte**  
 Zeitlich: unbeschränkt  
 Räumlich: unbeschränkt  
 Inhaltlich: unbeschränkt  
**Vergütung**  
 6.000,- Euro  
 50% Werkshonorar  
 50% NZR-Übertragung

6.000,-

### SPIELEVERLAG / BRETTSPIEL

**Titel** Gesellschaftsspiel „Grand Cru“  
**Illustrator** Alexander Jung (IO)  
**Kunde** Brettspielverlag  
**Nutzungsrechte**  
 Ausschließlich im Spielbereich für 10 Jahre

6.000,-



### WERBUNG / VERPACKUNG

**Titel** Fünf Illustrationen, die Verwendungsmöglichkeiten von modischen Aufklebern für die Haut demonstrieren.  
**Illustratorin** Lilian Neunhoeffer (IO)  
**Kunde** Werbeagentur / Kaffeehersteller  
**Nutzungsrechte**  
 Nutzungsrecht: einfach  
 Inhaltlich: für Verpackung  
 Zeitlich: unbeschränkt  
 Räumlich: beschränkt auf BRD  
**Vergütung**  
 4.400,- Euro  
 davon 500,- Euro je Motiv  
 1.900,- Euro für Nutzungsrechte



4.400,-



### WERBUNG / KALENDER

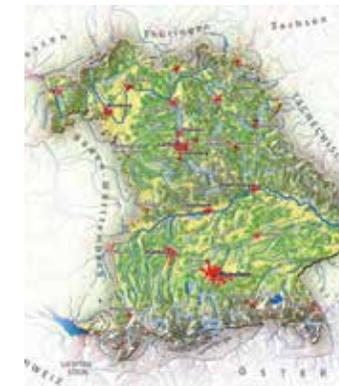
**Titel** „Clownkalender“  
**Illustratorin** Yo Rühmer (IO)  
**Kunde** Werbeagentur / Pharmakunde  
**Nutzungsrechte**  
 Nutzungsrecht: ausschließlich  
 Inhaltlich: beschränkt auf Kalender  
 Zeitlich: beschränkt auf das Jahr 2009  
 Räumlich: deutschsprachiger Raum  
**Vergütung**  
 10.300,- Euro  
 Werkshonorar 5.850,- Euro  
 Nutzungsrechte 4.450,- Euro

10.300,-



MAGAZIN 1.500,-

**Titel** „Windows macht sexy“  
 Titelbild für Zeitschrift  
**Illustrator** Torsten Wolber (IO)  
**Kunde** Zeitschriftenverlag  
**Nutzungsrechte**  
 Nutzungsrecht: einfach  
 Inhaltlich: beschränkt auf Druck  
 Zeitlich: beschränkt auf 3 Monate  
 Räumlich: Deutschland



### LANDKARTE

**Titel** Topographische Karte – Bayern  
**Illustrator** Georg Stelzner (IO)  
**Kunde** Großer deutscher Discounter  
**Nutzungsrechte**  
 Nutzungsrecht: einfach  
 Inhaltlich: beschränkt auf die erste Auflage in diesem Atlas  
 Räumlich: beschränkt auf deutschsprachigen Raum  
**Vergütung**  
 13 Karten, 1100,- Euro je Karte

14.250,-

### ENDKUNDE / EIGENWERBUNG

**Titel** „Sommer- und Weihnachtsgrußkarten“  
**Illustrator** Marcus Frey (IO)  
**Kunde** Zahnarzt  
**Nutzungsrechte**  
 Einfache Nutzung für eine Auflage von 1.000 Stück  
**Vergütung**  
 300,- Euro je Karte

1.200,-



### CHARAKTERDESIGN

**Titel** „Die Draußenwerber“  
**Illustrator** Marcus Wilke (IO)  
**Kunde** Mittelständisches Unternehmen  
**Nutzungsrechte**  
 Nutzungsrecht: ausschließlich  
 Inhaltlich: beschränkt auf Print / Online  
 Zeitlich: unbeschränkt  
 Räumlich: unbeschränkt

2.700,-



VERGÜTUNGSBEISPIELE



Jan Philipp Schwarz (IO)  
Colour Concept Design „Lissi und der  
wilde Kaiser“ (Kinofilm) / © herbX film



Jochen Stuhmann (IO)  
„Anno 1450 – ein Blick ins ausgehende Mittelalter“  
(Illustration & Animation für Webauftritt) / stern yuno



Jan Philipp Schwarz (IO) Character Design  
„Körner und Köter“ (Vorspann TV-Serie)  
© Trickcompany Filmproduktion GmbH

Jan Philipp Schwarz (IO) Set Design & Matte  
Painting „DANONE ACTIMEL“ (Werbespot)  
© Animationsfabrik GmbH

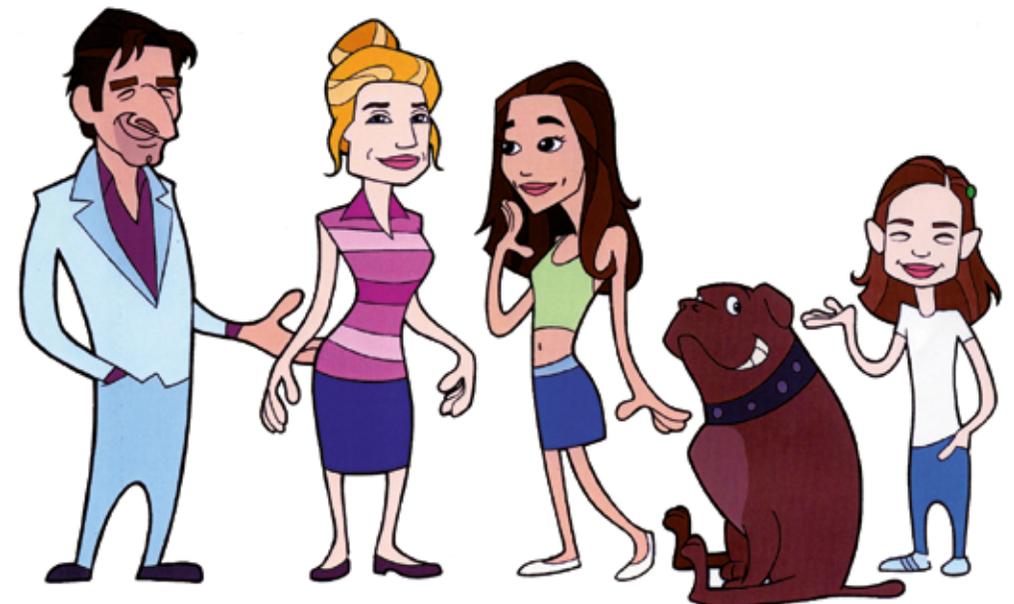


## ANIMATION & SETDESIGN

## JETZT GEHT ES ZUR SACHE.

Jeder professionelle Illustrator ist ein Fachmann mit reichhaltigem, kreativem Potential, umfangreicher Bildkompetenz und einem hohen Anspruch an die eigene Arbeit. Buchen Sie nicht *irgendeinen* Illustrator – Sie würden sich (und dem Illustrator) damit keinen Gefallen tun. Wenn Sie das bestmögliche Ergebnis in einer Zusammenarbeit mit einem Illustrator erzielen wollen, dann sollten sie wissen, wie ein Illustrator arbeitet, wie er Sie am besten versteht und welche Regeln bei einer Auftragsvergabe zu beachten sind.

Auf den folgenden Seiten erklären wir das im Detail.



Jan Philipp Schwarz (IO) Character Design „Körner und Köter“ (Vorspann TV-Serie) © Trickcompany Filmproduktion GmbH



# WO FINDEN SIE GANZ SCHNELL EINEN PASSENDEN ILLUSTRATOR?

Die regionalen Portfolios & das IO-Forum helfen einfach und effektiv

Einen Illustrator vor Ort findet man am schnellsten über die regionalen Portfolios im Internet. Sie sind übersichtlich und einfach in der Handhabung. Mit wenigen Klicks erhalten Sie eine Bildauswahl und sämtliche Kontaktdaten. Die folgenden Netzwerke gibt es, weitere sind im Aufbau:

**Tipp:**

Wenn Sie einmal in einem regionalen Portfolio nicht fündig geworden sind – unter dem Menüpunkt „Kontakt“ gibt es einen Ansprechpartner, der Ihnen sicher eine Empfehlung geben kann.

- www.illustratoren**berlin**.de • www.illustratoren**bremen**.de
- www.illustratoren**darmstadt**.de • www.illustratoren**dresden**.de
- www.illustratoren**duesseldorf**.de • www.illustratoren**frankfurt**.de
- www.illustratoren**hamburg**.de • www.illustratoren**hannover**.de
- www.illustratoren**koeln**bonn.de • www.illustratoren**leipzig**.de
- www.illustratoren**mainz**wiesbaden.de • www.illustratoren**muenchen**.de
- www.illustratoren**muenster**.de • www.illustratoren**nuernberg**.de
- www.illustratoren**stuttgart**.de • www.illustratoren**schweiz**.ch

Viele Illustratoren auf einmal können Sie sehr schnell erreichen, indem Sie ein Jobangebot im IO-Forum einstellen lassen. Eine kurze Email an die IO-Geschäftsstelle genügt: [info@illustratoren-organisation.de](mailto:info@illustratoren-organisation.de)

- Abb. v.l.o. nach re.u.  
Anja Stiehler (IO)  
„Pendlerstrecken“ Kundenmagazin  
ALLIANZ / Kircheburkhardt
- Anja Nolte (IO)  
„WikiLeaks“ Bild am Sonntag
- Nils Fliegner (IO)  
„Einer für alles“ DER SPIEGEL
- Anja Stiehler (IO)  
„Stadtmarketing“  
Handelskammer Hamburg
- Andrea Offermann (IO),  
„I didn't know there where ...“  
Teaching Tolerance Magazin
- Tobias Dahmen (IO)  
„Prost, Freunde!“ / INFAM / KIG



EDITORIAL

# SIE WOLLEN DEN EINEN GANZ BESONDEREN ILLUSTRATOR FÜR EIN GANZ BESTIMMTES PROJEKT?

## Die Bild- und Zeichnersuche auf der IO-Webseite

Eine gut durchdachte Suchmaske ermöglicht einen komfortablen Zugriff auf die rund 1.200 IO-Illustratoren. Vorgegebene Begriffe machen die Suche einfach. Sie können aber auch eigene Themen eingeben und durch Stil, Technik und weitere Optionen die Suche verfeinern. So können Sie sich eine persönliche Auswahlliste mit Bildern und Kontaktdaten zusammenstellen, kommentieren und per E-Mail an sich selbst, einen Kollegen oder Kunden zur Abstimmung senden. Die Bild- und Zeichnersuche finden Sie unter [www.illustratoren-portfolio.de](http://www.illustratoren-portfolio.de)

## Das IO-Sedbook

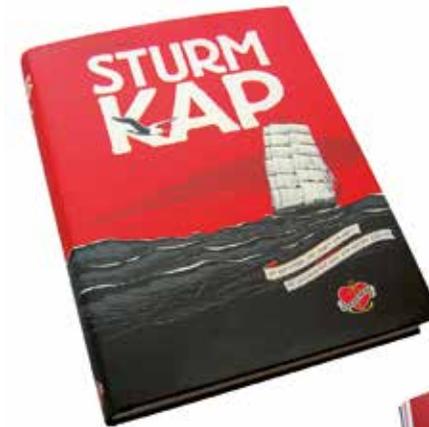
Das Sedbook bietet einen schnellen Überblick über das große handwerkliche Können unserer Mitglieder sowie ihre unglaublich vielfältige Arbeitsweise und enorme Bandbreite an unterschiedlichen Stilen:

- Comic & Cartoon
- Dekore & Pattern
- 3-D
- Editorial
- Fantasy
- Infografik
- Kinder- und Jugendbuch
- Layout & Storyboard
- Schulbuch
- Style & Fashion
- Werbung & Packaging
- Wissenschaft & Technik

Bestellen Sie ein kostenfreies Exemplar per E-Mail bei der IO-Geschäftsstelle: [info@illustratoren-organisation.de](mailto:info@illustratoren-organisation.de). Aufgrund der beschränkten Auflage können eventuell nicht alle Anfragen berücksichtigt werden.



Kai Pannen (IO) „Stadtöpel“ (Detail aus „Heimische Männerarten“) / Sancoussi Verlag



Sandro Pezella (IO)  
„Sturmkap ...“ / Ankerherz Verlag



Lisa-Maria Graf (IO) „Über die Berge...“  
Autor Rudolf Wötzel / Integral Verlag  
Guter Punkt GmbH & Co. KG



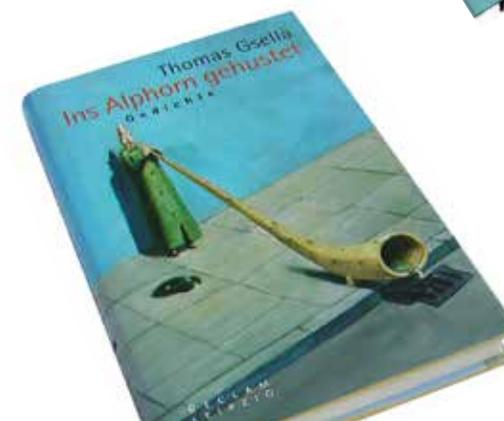
Kai Pannen (IO)  
„Heimische Männerarten“ / Sancoussi Verlag  
Autorin Claudia Schreiber  
„Ins Alphorn gehustet“ / RECLAM LEIPZIG  
Autor Thomas Gsell



Birgit Jansen (IO) „Auf dem Markt von St. Louis“  
aus „Die Weltreise einer Fleeceweste ...“  
Bloomsbury Kinderbücher & Jugendbücher  
Autor Wolfgang Korn



Felix Scheinberger (IO)  
„Der Tod in Venedig“  
Büchergilde Gutenberg  
Autor Thomas Mann



# JE EXAKTER DIE ANFRAGE, UMSO KLARER DAS ANGEBOT.

**Bereits die Anfrage kann darüber entscheiden,  
wie gut eine Zusammenarbeit läuft.**

Je genauer Sie Ihre Anfrage formulieren, desto gezielter kann der Illustrator sein Angebot auf Ihre Bedürfnisse abstimmen – und den Arbeitsaufwand kalkulieren.

Folgende Punkte helfen Ihnen, ein möglichst genaues Angebot einzuholen:

- Geben Sie Firmennamen und -anschrift komplett an.
- Wo und in welchem Umfang soll die Illustration eingesetzt werden?
- Was soll die Illustration beinhalten?
- Wen soll Sie ansprechen?
- Was soll das Endformat, die Größe der Illustration sein?
- Wann brauchen Sie die Illustration?
- Wofür wollen Sie die Illustration nutzen?

Um Ihnen die Anfragen zu erleichtern, können Sie die nachfolgenden Formulare zum Ausfüllen auf unserer Webseite herunterladen:

[www.illustratoren-organisation.de/service/anfrage\\_briefing\\_formular.zip](http://www.illustratoren-organisation.de/service/anfrage_briefing_formular.zip)



Anja Nolte (IO) „Ideen ...“ (Detail) / pictocam / L.I.f.E

# ANFRAGEFORMULAR

Anfrage zu Projekt \_\_\_\_\_ am \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . \_\_\_\_

Anfragende Person \_\_\_\_\_ Telefonnummer \_\_\_\_\_

Firmenname \_\_\_\_\_ E-Mailadresse \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_ Webpräsenz \_\_\_\_\_

PLZ/ Ort \_\_\_\_\_ Im Auftrag für \_\_\_\_\_

## Gewünschte Dienstleistung

1. Kurze Produkt- / Projektbeschreibung (Worum geht es?)

2. Zielgruppe \_\_\_\_\_

3. Gewünschte Art der Illustration

- schwarz/weiß  farbig  Vollbild  Freisteller  Vignette  Wort-/Bildmarke  Infografik  
 Sympathiefigur  Characterdesign  Cartoon  Comic  Scribble  Layout  Storyboard  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

4. Gewünschter Stil

Meinen Vorstellungen am nächsten kommen folgende drei Werke Ihrer Webpräsenz/Ihres Portfolios:

1) \_\_\_\_\_ 2) \_\_\_\_\_ 3) \_\_\_\_\_

5. Anzahl / Format

Anzahl zu erstellender Werke \_\_\_\_\_ und /oder Anzahl zu gestaltender Seiten \_\_\_\_\_.

Im Format von ca. \_\_\_\_\_ x \_\_\_\_\_ (cm) bzw. im DIN Format \_\_\_\_\_.

6. Lieferung Entwurf bis ca. \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_. Lieferung Reinzeichnung bis ca. \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

7. Geplante Anwendung / Publikation

- Werbung  Presse/Magazin  Broschüre/ Booklet  Buch  Fachpublikation  Comic/Cartoon  
 Poster/Postkarte  Web  Präsentationsmaterialien  B2B  B2C  Print  Outdoor  
 CD/DVD  TV  Messe  Give away  POS  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

8. Geplante Druck- / Produktionsauflage ca. \_\_\_\_\_ Stück.

9. Gewünschte Nutzungsrechte\*

- einfach  exklusiv  exklusiv + Weitergabe **Zeitliche Nutzung**  1 Jahr  bis 3 Jahre  
 3-5 Jahre  zeitlich unbegrenzt **Räumliche Nutzung**  lokal  BRD  deutschsprachiger Raum  
 weltweit **Inhaltliche Nutzung** (siehe 7.)

\*Bitte bedenken Sie, dass die Vergütung für Nutzungsrechte umso höher ausfällt, je umfangreicher die Nutzungsrechte sind, die Sie erwerben wollen.

# FORMULAR BRIEFING

Kunde \_\_\_\_\_ Jobnr. /Datum \_\_\_\_\_

Motiv Name \_\_\_\_\_ Verantwortlich \_\_\_\_\_

Illustrator \_\_\_\_\_ Deadline \_\_\_\_\_

## Kontakt Daten Verantwortlicher

Name \_\_\_\_\_ Tel.Nr. \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

## Kontakt Daten Illustrator

Name \_\_\_\_\_ Tel.Nr. \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

## Briefing

1. Worum geht es / was soll visualisiert werden?

2. Zu welchem Zweck? Was soll die Illustration transportieren / bewirken?

3. Für welche Zielgruppe? \_\_\_\_\_

4. Illustration als  Vollbild  Freisteller  schwarz/weiß  farbig  Vektorgrafik  analog  
 anderes \_\_\_\_\_

5. Vorstellungen zur Umsetzung und Farbwelt

Meinen Vorstellungen am nächsten kommen folgende drei Werke Ihrer Webpräsenz/Ihres Portfolios:

1) \_\_\_\_\_ 2) \_\_\_\_\_ 3) \_\_\_\_\_

6. No-goes / Unbedingt zu beachten...

## 7. Technische Daten

Größe der Illustration \_\_\_\_\_ cm x \_\_\_\_\_ cm  
Beschnitt \_\_\_\_\_ mm Auflösung \_\_\_\_\_ dpi  
Dateiformat  .tif  PDFX 3  .jpg  analog  
Farbmodus  CMYK  RGB  Graustufen

## 8. Timing / Projektplanung

Präsentation Entwurf zum \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
Präsentation Reinzeichnung zum \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
Lieferung Reinzeichnung zum \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

9. Lieferung der fertigen Illustration  per E-Mail  Serverupload  auf CD-ROM  per Post

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

## DAS GUTE BRIEFING

# DER PREIS STIMMT? DANN GEHT ES JETZT AN DAS BRIEFING.

## Gut gebrieft ist ganz gewonnen! Ihr wichtigster Moment in der Zusammenarbeit

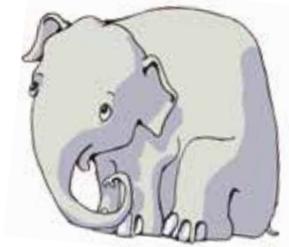
Wenn Sie mit dem Angebot des Illustrators einverstanden sind, geht es jetzt an die Detailarbeit – der Illustrator braucht ein Briefing. Damit geben Sie dem Illustrator die Arbeitsanweisung, auf deren Grundlage er ihre Illustration erstellt. Sie legen damit selbst das Fundament für das von Ihnen gewünschte Ergebnis. Je klarer Ihr Briefing ist, desto besser kann der Illustrator Ihre Vorstellungen erfüllen, sicherlich sogar übertreffen. Nehmen Sie sich Zeit und überlegen Sie, was Ihr Produkt vermitteln, wie es aussehen und wo es angewendet werden soll.

Auf folgende Fragen sollte ein gutes Briefing Antwort geben können:

- Worum geht es? (Idee)
- Was wollen Sie mit der Illustration erreichen? (Zweck)
- Wen wollen Sie mit der Illustration erreichen? (Zielgruppe)
- Wo soll die Illustration eingesetzt werden? (Anwendung)
- Was soll umgesetzt werden? (Inhalt)
  - Was schwebt ihnen vor? (Motiv)
  - Wie groß soll die Illustration werden? (Format)
  - Zu welchem Zeitpunkt brauchen Sie den Entwurf?
  - Zu welchem Zeitpunkt brauchen Sie die fertige Illustration?
  - In welcher Form soll die Illustration geliefert werden und an wen? (analog / digital, Post, Server ...)



Anja Nolte (10) „Joint Forces“ (Details) / L.I.F.E



# SO GEHT ES NOCH REIBUNGSLOSER.

## Ratschläge zur Arbeitserleichterung und Vermeidung von Fehlern

Wenn Sie schon genauere eigene Ideen und Vorstellungen haben, wie Ihre Illustration aussehen soll, teilen Sie diese Ihrem Illustrator mit:

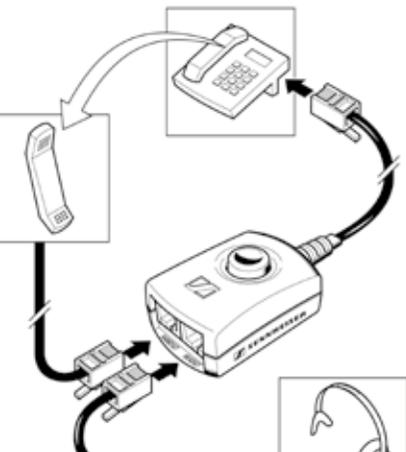
**Tipp:**

E-Mail ist ein gutes Kommunikationsmittel, aber oft sind auch die Zwischentöne wichtig, die man im direkten Dialog eher hört. Also lieber auch mal zum Telefon greifen.

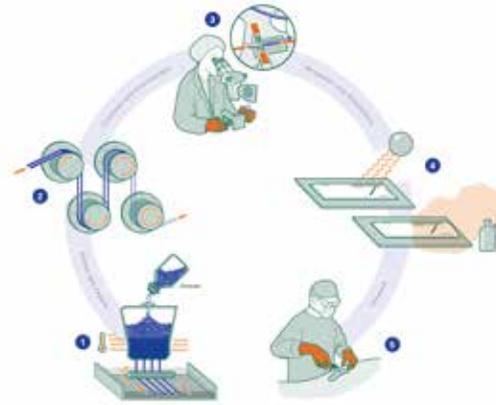
- Haben Sie andernorts Umsetzungen gesehen, die Ihren Vorstellungen bereits nahekommen? Fügen Sie diese dem Briefing bei.
- Scheuen Sie sich nicht, skizzieren sie selbst. Manchmal sagt ein Strichmännchen mehr als tausend Worte.
- Haben Sie selbst schon recherchiert? Geben Sie die Informationen – zum Beispiel Links von Seiten im Internet – an den Illustrator weiter. Sie sparen ihm Arbeitszeit, die er in Ihre Illustration investieren kann.
- Achten Sie darauf, dass Sie keine Darstellung vom Illustrator verlangen, die Rechte anderer Urheber verletzt.
- Wenn Sie vom Illustrator die Einarbeitung von Bildmaterial in die Illustration erwarten, müssen Sie die entsprechenden Rechte an den Bildern haben.

Und vergessen Sie nicht:

- Gibt es etwas, was der Illustrator auf keinen Fall abbilden darf oder unbedingt beachten muss?
- Sorgen Sie dafür, dass Ihr Illustrator das Briefing schriftlich erhält, um Missverständnisse zu vermeiden.
- Ihre Mitbewerber auf dem Markt arbeiten auch mit Illustrationen? Machen Sie Ihren Illustrator darauf aufmerksam, damit er nicht unwissentlich allzu Ähnliches produziert.
- Falls vorhanden, geben Sie Styleguides oder CI-Richtlinien an den Illustrator weiter.

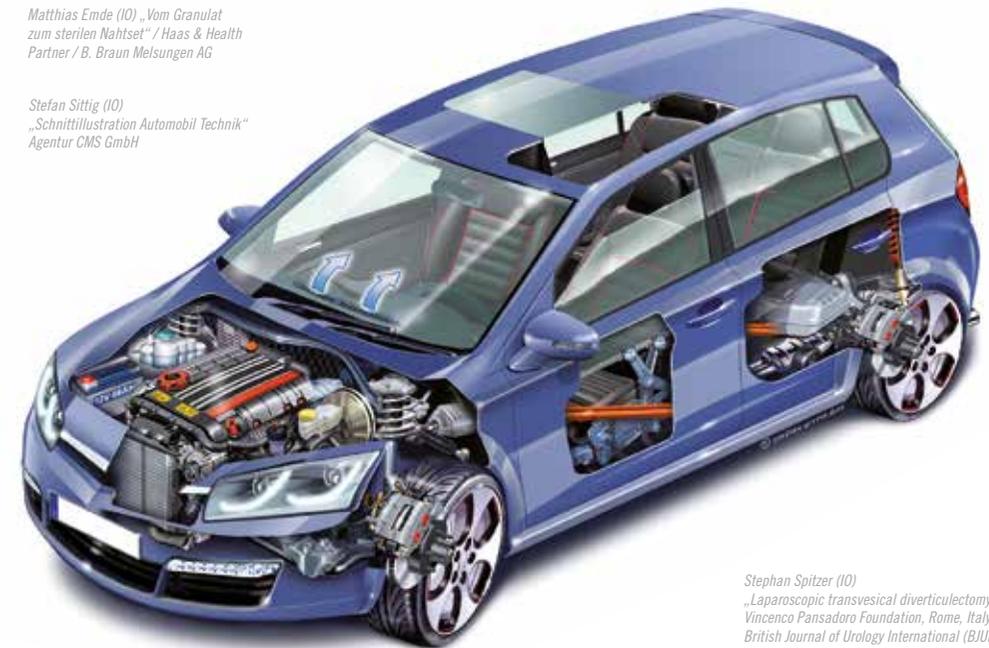


Mario Valentinelli (IO) / „Schema UI 710“ / Sennheiser



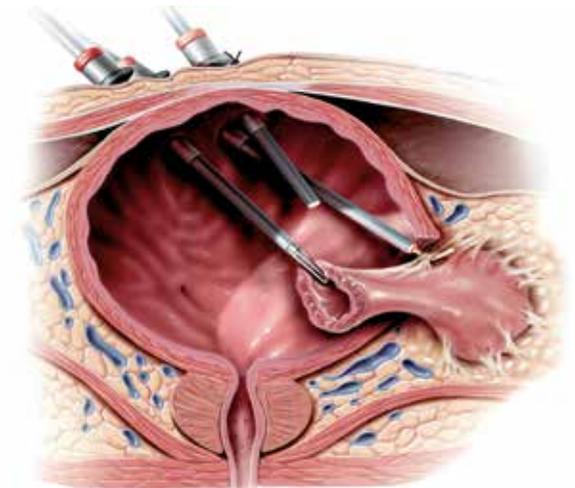
Matthias Emde (IO) „Vom Granulat zum sterilen Nahtset“ / Haas & Health Partner / B. Braun Melsungen AG

Stefan Sittig (IO) „Schnittillustration Automobil Technik“ Agentur CMS GmbH



Stephan Spitzer (IO) „Laparoscopic transvesical diverticulectomy“ Vincenzo Pansadoro Foundation, Rome, Italy / British Journal of Urology International (BJUI)

Christian Dekelver (IO) Piktogramm Illustrationen / AEG Electric Tools



## ... UND ACTION! ENTWURF UND REINZEICHNUNG

**Beim Entwurf haben Sie Gelegenheit – falls nötig – letzte Kurskorrekturen vorzunehmen.**

Nach dem Briefing können Sie sich entspannen und den Illustrator arbeiten – sprich seine Kreativität und Können entfalten – lassen. Planen Sie hierzu ausreichend Zeit für den Illustrator ein. Eine Umsetzungsidee fällt nicht vom Himmel und will zudem für Sie im Entwurf visualisiert werden.

**Tipp:**

Vermeiden Sie Autorenekorrekturen. Stellen Sie sich vor, Sie kaufen ein Auto, das nach Ihren Wünschen ausgestattet geliefert wird und wollen nachträglich doch noch das neue Panorama-Schiebedach mit One-touch-Bedienung eingebaut haben. Das wird sie Geld kosten.

Sobald Sie den Entwurf erhalten haben, sollten Sie Folgendes beachten:

- Prüfen Sie in Ruhe, ob der Entwurf Ihren Vorstellungen und dem Briefing entspricht.
- Sind Sie zufrieden mit dem Entwurf? Teilen Sie das Ihrem Illustrator ruhig mit, es wird sich positiv auf die folgende Reinzeichnung auswirken.
- Falls nicht, sprechen Sie mit dem Illustrator darüber und fixieren Sie Ihre Korrekturwünsche schriftlich.
- Bedenken Sie, dass Korrekturen *nach* erfolgter Reinzeichnung für den Illustrator sehr zeit- und damit für Sie kostenintensiv sein können. Sollten Sie inzwischen z.B. andere Vorstellungen zur Farbgebung haben, so ist jetzt der richtige Zeitpunkt, diese anzubringen.
- Vergessen Sie nicht, Mitentscheider einzubeziehen, bevor sie die Freigabe zur Reinzeichnung erteilen.

Joachim Krause (IO) „Spielfiguren Ritter und Geist“ / Ravensburger Spieleverlag GmbH



Alexander Jung (IO) „Piraten“ / Ravensburger Spieleverlag



Joachim Krause (IO) „Master Labyrinth“ Verpackung & Spielkarten Ravensburger Spieleverlag GmbH



Dierk Hagedorn (IO) „Literatenquartett“ Edition Nautilus



Alexander Jung (IO) „Antigua“ Kartenspiel Adlung-Spiele



Miriam Elze (IO) „The 15 greatest Board Games in the World“ Klutz Scholastic, Palo Alto, Kalifornien



## UND WENN ALLES GUT GELAUFEN IST ...

### Projekte erfolgreich abschließen und für die Zukunft vorsorgen.

Der Auftrag ist reibungslos gelaufen und Sie sind zufrieden mit der Arbeit des Illustrators. Damit das so bleibt und Sie auch zukünftig erfolgreich mit ihm arbeiten können, hier ein paar einfache Regeln:

- Vergessen Sie nicht, dem Illustrator die ihm zustehenden Belegexemplare zukommen zu lassen.
- Ein kurzes Telefonat nach Projektabschluss ist für beide Seiten eine Bereicherung. Was ist gut gelaufen? Was könnte nächstes Mal besser funktionieren – und: „Danke, es war ein Vergnügen mit Ihnen zusammen zu arbeiten, gerne wieder!“
- Denken Sie daran, pünktlich die Rechnung zu bezahlen.

Halten Sie Ihren Illustrator auf dem Laufenden, was mit seinem Werk passiert. Es interessiert ihn! Beziehen Sie den Illustrator bei neuen Projekten frühzeitig ein – dank seiner Fachkompetenz hat er sicher gute Ideen. Und vielleicht ergibt sich daraus die nächste erfolgreiche Zusammenarbeit!



AUFSTELLER



Abb. linke Seite  
Anja Nolte (10) „So groß bin ich...“  
Aufsteller und Give Away Messeleiste  
Gräfe & Unzer / Jung von Matt

Tobias Dahmen (10)  
„Super-Schieri“ / Fun Intertrade



# GUT, WENN MAN EINANDER VERSTEHT.

Jeder Illustrationsbereich hat seine eigenen Fachtermini. Es ist hilfreich, die wichtigsten Begriffe zu kennen. Hier einige Beispiele:

## AUFMACHERILLUSTRATION

So nennt man die Illustration von wichtigen, besonders hervorgehobenen Artikeln einer Zeitung.

## AUFSTELLER

Aufsteller sind verkaufsfördernde Werbeträger, die an dem Verkaufsort des Produktes plaziert werden.

## AUTORENKORREKTUR

Bei Änderungen an Illustrationen wird von Korrekturen und Autorenkorrekturen gesprochen. Ersteres meint eine vorher vereinbarte Anzahl von Veränderungen, die der Illustrator vorzunehmen hat, weil den Auftraggeber eine Illustration noch nicht zufrieden stellt. Autorenkorrekturen werden vom Auftraggeber eingebracht, weil er eine ursprüngliche Vorgabe nun doch anders dargestellt wissen will. Autorenkorrekturen sind in der Regel zusätzlich kostenpflichtig.

Autorenkorrekturen werden vom Auftraggeber eingebracht, weil er eine ursprüngliche Vorgabe nun doch anders dargestellt wissen will. Autorenkorrekturen sind in der Regel zusätzlich kostenpflichtig.

## CMYK

Farbmodell für den Offsetdruck. Die Abkürzung steht für Cyan, Magenta, Yellow und Key (= Schwarz). Aus diesen

vier Farben lassen sich im Druck die meisten Farbtöne zusammensetzen.

## COLOR-MODEL

Im Color-Model (Farbmodell) werden bestimmte Farbvorgaben festgelegt, die dann auf weitere Zeichnungen angewendet werden können.

## CORPORATE-IDENTITY

Die Abstimmung von Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild eines Unternehmens nach innen und außen.

## Dpi

Dots per inch – die Maßangabe für die Auflösung einer digitalen Datei. 72 dpi werden für die Bildschirmdarstellung und im Internet benötigt. Mit 300 dpi wird in der Regel bei Dokumenten gearbeitet, die gedruckt werden sollen.

## DRUCKVORSTUFE

In der Druckvorstufe werden Texte und Bilder zu Druckvorlagen zusammengeführt und in druckbare Daten für den Druckprozess umgewandelt. Das Endprodukt – früher ein Film oder eine PostScript-Datei – ist heute meist eine PDF-Datei. Zum Beispiel PDF/X3.

## FREISTELLER

In der Fachsprache die Maske zum Freistellen eines digitalen Bildes. Man spricht aber auch von einem Freisteller, wenn das zu illustrierende Motiv keine Gestaltung des Hintergrundes hat, sondern von Weißraum umgeben ist.

## KEY-VISUAL

Leitbild oder visuelles Grundmotiv – oft eine Ergänzung zum Logo – das benutzt wird, um den Wiedererkennungswert einer Marke oder eines Unternehmens zu erhöhen. Ein Key-Visual



Yo Rührer (10) „Einstern“ (Detail), Cornelsenverlag



Christian Dekelver (10) „Tous Ensemble Junior 2“ (Schulbuch Französisch) © Ernst Klett Verlag GmbH, Stuttgart 2007

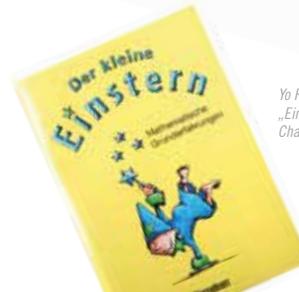
„Tous Ensemble Junior 1“ (Schulbuch Französisch) © Ernst Klett Verlag GmbH, Stuttgart 2006

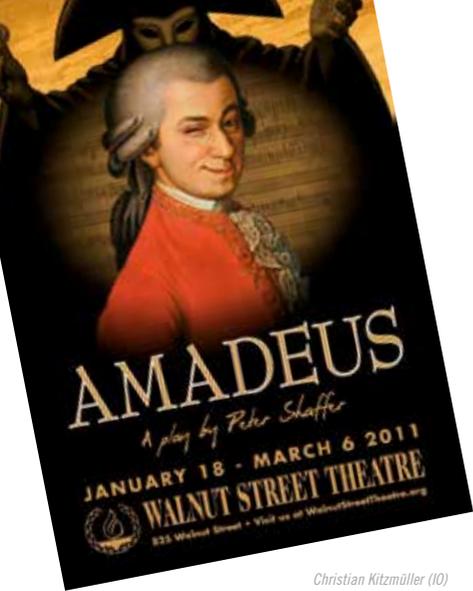


Yo Rührer (10) „Einstern Mathematik für die Grundschule“ Characterdesign Einstern & Illustrationen / Cornelsenverlag

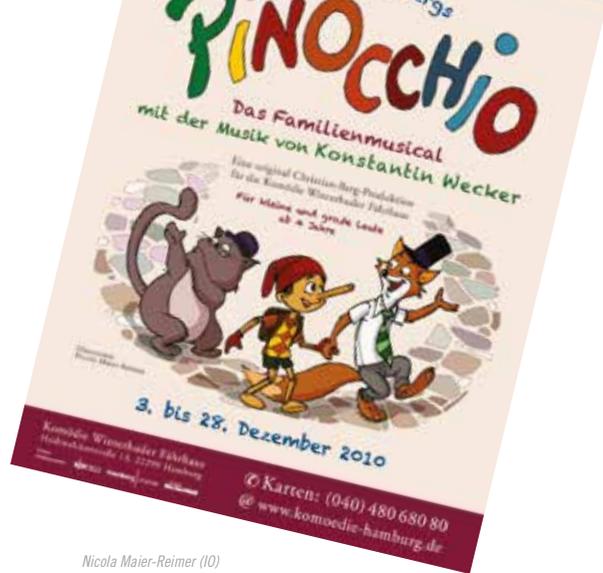


Christian Dekelver (10) „Tous Ensemble Junior 2“ (Schulbuch Französisch) © Ernst Klett Verlag GmbH, Stuttgart 2007





Christian Kitzmüller (10)  
„Amadeus“ / Walnut Street Theatre,  
Philadelphia U.S.A.



Nicola Maier-Reimer (10)  
„Pinocchio“ / Komödie Wintehuder Fährhaus



Judith Drews (10) „Alice im Wunderland“  
& „20.000 Meilen unter dem Meer“  
Der Audioverlag



Nils Fliegner (10)  
„Robur, der Sieger“  
Random House Audio



Nils Fliegner (10)  
„Das große Giggler-Geheimnis“  
Random House Audio



## HÖRBUCH & PLAKATE

## GLOSSAR

sollte einfach und schnell erfasst werden können. Beispiel: Michelin-Männchen.

### LAYOUT

Das Layout ist die Visualisierung eines gedanklichen Bildes in einem Entwurf und vermittelt dem Gestalter und Auftraggeber einen Eindruck über die Form der späteren Ausführung. Das Layout dient damit als verbindliche Entscheidungsgrundlage für die weitere Ausführung. Die enthaltenen Bildelemente und Texte müssen nicht dem späteren Original entsprechen (Füll- oder Blindtext).

### MARKENSCHUTZ

Durch die Eintragung beim Deutschen Patent- und Markenamt können alle Zeichen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, als Marke geschützt werden. Der Inhaber hat dann das alleinige Recht, die Marke für die geschützten Waren und/oder Dienstleistungen zu benutzen. Marken können gekauft und verkauft werden. Der Inhaber kann Dritten ein Nutzungsrecht an seiner Marke einräumen (Markenlizenz).

### MODELSHEET

Um eine Figur mehrmals in unterschiedlichen Stellungen – gegebenenfalls auch von mehreren Zeichnern – zeichnen oder animieren zu lassen, wird vorher festgelegt, aus welchen Grundformen die Figur besteht und wie sie von allen Seiten aussieht.

### OUTLINE

Die Linie, die eine Zeichnung begrenzt. Outlines können dick oder dünn, schwarz oder farbig, glatt oder an- und abschwelend sein.

### PIXEL- ODER RASTERGRAFIK

Computer lesbare Daten aus einer rasterförmigen Anordnung von Pixeln (Bildpunkten), denen jeweils eine Farbe zugeordnet ist. Hauptmerkmale einer Rastergrafik sind Bildgröße (Breite und Höhe gemessen in Pixeln, auch Bildauflösung genannt) und Farbtiefe. Dadurch lassen sich Illustrationen nur begrenzt vergrößern. Als Faustformel gilt 120 Prozent. Die bekanntesten Grafikformate für Rastergrafiken sind BMP, GIF, JPEG/JFIF, PNG und TIFF. Rastergrafiken bestehen aus einer rasterförmigen Anordnung von so genannten Pixeln (Bildpunkten), denen jeweils eine Farbe zugeordnet ist.

### POINT OF SALE (POS)

Ort, an dem das Produkt verkauft wird.

### RGB

Farbraum für die Farbdarstellung am Monitor, der die Farbwahrnehmung durch der Mischung der drei Grundfarben nachbildet. R=Rot, G=Grün, B=Blau.

### STYLEGUIDE

Gewährleistet ein einheitliches Erscheinungsbild der unterschiedlichen Kommunikationsmittel eines Unternehmens durch Festlegung von Gestaltungsrichtlinien.

### WORT-/ BILDMARKE

Meint die dauerhafte Kombination von grafischen und textlichen Elementen. Zum Beispiel Logo oder Emblem.

### VEKTORGRAFIK

Computergrafiken, die aus geometrischen Formen zusammengesetzt sind. Sie sind stufenlos und verlustfrei skalierbar.

Weitere Begriffe unter:

[www.illustratoren-glossar.de](http://www.illustratoren-glossar.de)



## KURZ VOR SCHLUSS

### Kontakt

Illustratoren Organisation e.V.  
Geschäftsstelle  
Martin-Luther-Straße 7  
60316 Frankfurt

Telefon: 069.97 69 16 16  
Fax: 069.97 69 16 14

E-Mail: [info@illustratoren-organisation.de](mailto:info@illustratoren-organisation.de)  
[www.illustratoren-organisation.de](http://www.illustratoren-organisation.de)

### Urheberrecht

Alle Inhalte und Dokumente (Texte, Illustrationen, Designs) sind:  
Copyright © 2010 bei den (Bild-)Autoren. Alle Rechte vorbehalten.  
Die Drittverwertung der veröffentlichten Texte, Illustrationen und sonstiger  
Inhalte ist ausschließlich mit schriftlicher Einwilligung zulässig.

### Impressum

Konzeption, Gestaltung und Umsetzung: Anja Nolte (IO)  
V.i.S.d.P.: Matthias Bender (IO)  
Eintragung beim Amtsgericht Hamburg im Vereinsregister 19135  
3te überarbeitete Auflage

Dank an: Marcus Frey (Beratung und Begleitung beim Erstellen dieser  
Broschüre), Georg Stelzner (Zusammentragen der Vergütungsbeispiele),  
Thomas Marutschke (Bildrecherche zur Aktualisierung 3te Auflage), Hans  
Baltzer (Designberatung), Matthias Emde (Lektorat) und an alle Illustratoren,  
die Ihre Anwendungsbeispiele zur Verfügung gestellt haben.

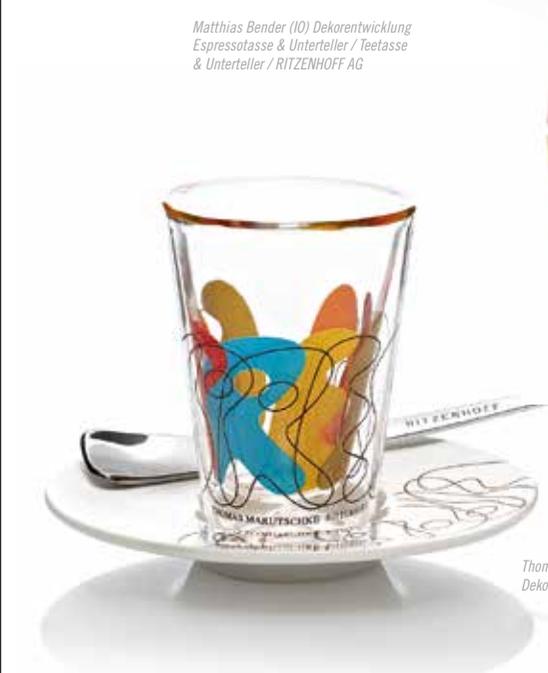
ABBILDUNGEN TITELSEITE:  
Thorsten Böhlmann (IO) „Vespa 150 S Red Beauty“ / Buchprojekt „Mobile Design-Klassiker“  
Alexander Jung (IO) „Grand Cru“ / Brettspielverlag  
Max Fiedler (IO) „Keek“ / Online Flash Adventure Game  
© Foto des Aufstellers Gräfe & Unzer: Stephanie Wiehle / Jung von Matt



Iris Luckhaus (IO)  
„Sternschnuppe“  
Smartbags



Matthias Bender (IO) „Zuckerfee“  
(Dekorentwicklung) / RITZENHOFF AG



Matthias Bender (IO) Dekorentwicklung  
Espressotasse & Unterteller / Teetasse  
& Unterteller / RITZENHOFF AG



Ute Helmbold (IO) „Pottporri“  
ruhr\_gut GbR / moses Verlag Kempen



Iris Luckhaus (IO) „CELEBRITIES“  
Parfums de Coeur c/o Neil Davis Design

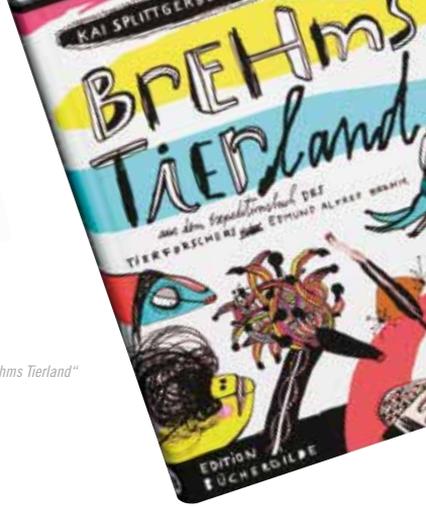
NON BOOK



Judith Drews (IO)  
„Flowerhead“ / PASTE



Ute Helmbold (IO) „Ruhrstempel“  
ruhr\_gut GbR / moses Verlag Kempen



Doro Huber (IO) „Brehms Tierland“  
Edition Büchergilde

## ERFOLGREICH ARBEITEN MIT ILLUSTRATOREN

- den richtigen Illustrator finden
- gezielt Angebote einholen
- Urheber- und Nutzungsrecht
- richtig briefen
- optimale Zusammenarbeit
- Glossar mit Fachbegriffen
- Illustrationen aus allen Rubriken
- Angebots- und Briefingformular



Max Fiedler (IO)  
„Ackereleben“  
Captain Fliegern



Judith Drews (IO)  
„Berlin Wimmelbuch“  
Wimmelbuchverlag



Frederik Jurk (IO)  
„Rolling Duck“



Felix Scheinberger (IO) „Belletristik“  
Paste Skins / Argentinien

# WIR SETZEN TRENDS ...