



# Vorgaben für die Abiturprüfung 2028

in den Bildungsgängen des Beruflichen Gymnasiums

Anlagen D 1 – D 28

Grundkursfach

## Gestaltungstechnik

Fachbereich Gestaltung



## 1 Gültigkeitsbereich

Die Vorgaben für die Abiturprüfung im Fach Gestaltungstechnik gelten für folgenden Bildungsgang:

Allgemeine Hochschulreife (Kunst, Englisch)	APO-BK, Anlage D 18
--	------------------------

Dieser Bildungsgang ist dem Fachbereich Gestaltung zugeordnet.

## 2 Vorgaben für die schriftliche Abiturprüfung

Grundlage für die Vorgaben der zentral gestellten schriftlichen Aufgaben der Abiturprüfung der (mindestens) dreijährigen AHR-Bildungsgänge des Beruflichen Gymnasiums (APO-BK, Anlagen D 1 – D 28) sind die verbindlichen Vorgaben der Bildungspläne zur Erprobung (RdErl. d. Ministeriums für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen vom 15.06.2008):

Teil I: Pädagogische Leitideen,

Teil II: Didaktische Organisation der Bildungsgänge im Fachbereich Gestaltung,

Teil III: Fachlehrplan Gestaltungstechnik.

Durch die Vorgaben für die schriftliche Abiturprüfung werden inhaltliche Schwerpunkte festgelegt. Diese inhaltlichen Schwerpunkte sind Konkretisierungen der in dem Fachlehrplan beschriebenen Fachinhalte, deren Behandlung im Unterricht als Vorbereitung auf die schriftliche Abiturprüfung vorausgesetzt wird. Durch diese Schwerpunktsetzungen soll sichergestellt werden, dass alle Schülerinnen und Schüler, die im Jahr 2028 das Abitur in dem o. a. Bildungsgang des Beruflichen Gymnasiums ablegen, über die Voraussetzungen zur Bearbeitung der zentral gestellten Aufgaben verfügen.

Die folgenden fachspezifischen Schwerpunktsetzungen gelten für das Jahr 2028. Sie stellen keine dauerhaften Festlegungen dar.



### 3 Verbindliche Unterrichtsinhalte im Fach Gestaltungstechnik im Fachbereich Gestaltung für das Abitur 2028

#### 3.1 Inhaltliche Schwerpunkte

Auf der Basis der Lehrpläne zur Erprobung erfolgt die Beschreibung der inhaltlichen Schwerpunkte für das Abitur 2028.

##### Halbjahresbezogene Schwerpunkte

12.1	<p><b>Themenbereich:</b></p> <p><b>Phasen des Projekt- und Designmanagements</b></p> <p>Analyse des Projektauftrags in ästhetischer/technologischer Hinsicht</p> <p>Analyse Zielgruppenprofil (Sinusmilieus, soziografisch, demografisch)</p> <p>Analyse auf Basis von Sekundärliteratur (z. B. Auszüge von Fachtexten und journalistischen Fachartikeln)</p> <p>Konzeptentwicklung (z. B. mit Hilfe von Kreativtechniken)</p> <p>Zielformulierung</p> <p>Präsentation und Dokumentation (Informationen aufbereiten, darstellen, bewerten im Sinne einer fachsprachlichen Argumentation und Darstellungsweise)</p> <p>Optimierung von Gestaltungsprodukten</p> <p>Ziel- und kriterienorientierte Reflexion</p> <p>Reflexion und Transfer auf Basis von Sekundärliteratur (z. B. Auszüge von Fachtexten und journalistischen Fachartikeln, Künstlerzitate)</p>
12.2	<p><b>Themenbereich:</b></p> <p><b>Visuelle Kommunikation</b></p> <p>Funktionen von Werbung</p> <p>Werbekonzepte (Produktprofilierung, Marketing, Distributionsarten)</p> <p>Werbestrategien (z. B. AIDA)</p> <p>Corporate Design als ein Baustein der Corporate Identity (Signet/Logo, Abstraktion und Stilisierung, Kategorien, Merkmale und Qualitätskriterien)</p>



	<p>Akzidenzdrucksachen (Visitenkarte, Geschäftsbrief, Normgeschäftsbrief, Hausfarbe/Hausschrift)</p> <p>Grundlagen Typografie und Layout</p> <p>Bild-, Textgestaltung, Mikrotypografie</p> <p>Gestaltungs raster</p>
13.1	<p><b>Themenbereich:</b></p> <p><b>Objektdesign</b></p> <p>Ästhetik</p> <p>Ist-Analyse: Adressat, Erweiterung Corporate-Design, Raumsituation, Designtendenzen, Formqualität, Materialeinsatz, Oberflächengestaltung, Farbgebung</p> <p>Ergonomie und Funktionalität</p> <p>Normen, Beherrschbarkeit, Brauchbarkeit, Sicherheit, Pflege und Instandsetzung, Haltbarkeit, ökologische Aspekte</p> <p>Idee- und Konzeptentwicklung</p> <p>Skizzenserie, Grundrissplanung, Darstellungstechniken (scheinräumliche Darstellung), Grundlagen des Modellbaus</p>
13.2	<p><b>Themenbereich:</b></p> <p><b>Diagrammarten</b></p> <p>Balken-, Säulen-, Tortendiagramme</p> <p>Visualisierung statistischer Daten</p> <p><b>Illustration</b></p> <p>Infografik, Schaubild, Schnittzeichnung, Grafik</p> <p>Bedienungsanleitung</p>

### 3.2 Medien/Materialien

- Bild- bzw. Produktvorlage als Ausgangspunkt einer gestalterischen Problemstellung, auch grundlegende Kenntnisse über neue Medien sollten Berücksichtigung finden
- Gegebenenfalls Bild- und Textmaterial für die Entwicklung einer Gestaltungsidee



### 3.3 Formale Hinweise

Erste Scribbles sind kleinformatig in korrekten Proportionen anzulegen; sie visualisieren sowohl die ersten Ideen zur Lösung des Gestaltungsproblems als auch ihre Weiterentwicklung.

Scribbles sind Alternativen, wenn sie deutlich unterschiedliche Lösungen bieten.

Sie sind Varianten, wenn sie deutlich erkennbare Abwandlungen einer möglichen Lösung visualisieren.

Die Etappe der Entwurfserstellung beginnt mit der Auswahl von 1 bis 2 der besten Scribble-Entwürfe zur Weiterverarbeitung.

Ein Entwurf, ausgeführt als Rohlayout, ist eine entwickelte Idee proportional zum Endformat. Zur optimalen Nachvollziehbarkeit des Ansatzes haben die hier visualisierten Elemente eine genauere darstellerische Qualität. Die Typografie ist erkennbar, Grafiken werden deutlicher gezeichnet, Farben werden eingesetzt.

Die zweidimensionale Darstellung dreidimensionaler Objekte erfolgt kleinformatig in korrekten Proportionen, Materialoptik wird angedeutet.

### 3.4 Hinweise zu den Aufgabenstellungen

Die Aufgaben in den zentral gestellten Prüfungen werden mithilfe von Operatoren formuliert.

In der folgenden Tabelle werden die Operatoren definiert, durch Beispiele dokumentiert und den Anforderungsbereichen (AFB I, II und III) zugeordnet. Die konkrete Zuordnung erfolgt immer im Kontext der Aufgabenstellung, wobei eine eindeutige Trennung der Anforderungsbereiche nicht immer möglich ist.

Spätestens in der Qualifikationsphase sollen die Operatoren in den Klausuren und schriftlichen Übungen verwendet werden, um die Schülerinnen und Schüler auf die Abiturprüfung vorzubereiten.

Operator	AFB	Definition	Beispiel
anwenden	I	eine bekannte Technik/ein bekanntes Verfahren einsetzen	Wenden Sie als Kreativitätstechnik die morphologische Matrix an.
aufzeigen	I	Aspekte an einem vorliegenden Produkt/Objekt benennen	Zeigen Sie die Beziehungen zwischen Bildthema und Bildformat auf.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
ausführen	I	ein bekannte Technik einsetzen	Führen Sie die gestellte Aufgabe in der Schraffurtechnik aus.
aufzählen, nennen/ benennen	I	aufzählen/benennen von Merkmalen unter Verwendung angemessener Fachsprache	Benennen Sie die 7 Farbkontraste nach Itten.
beschreiben, subjektive Wahrnehmung beschreiben	I	Beobachtungen, Eigenschaften, Elemente und Zusammenhänge verbalisieren	Beschreiben Sie die vorhandenen Bildelemente. Beschreiben Sie die intendierte gestalterische Wirkung.
darstellen	I	Sachverhalte, Zusammenhänge, Methoden etc. strukturiert und fachlich korrekt wiedergeben	Stellen Sie die Voraussetzungen für das Redesign dar.
wiedergeben	I	einen Sachverhalt oder ein Vorgehen beschreiben	Geben Sie die Kernaussagen des Briefings wieder.
zusammen- fassen	I	das Wesentliche in konzentrierter Form herausstellen, bild- oder textbezogene Sachverhalte sinngemäß auf Wesentliches reduzieren	Fassen Sie die Grundaussagen der Briefingdaten zusammen. Fassen Sie die wesentlichen Veränderungen des Redesigns zusammen.
erstellen	I, II	eine Gestaltungsidee, eine Problemlösung oder ein Konzept anschaulich darstellen	Erstellen Sie einen Anforderungskatalog in tabellarischer Form.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
umsetzen	I, II	eine Idee durch Ausarbeitung darstellen	Setzen Sie eine Ihrer Ideen für ein Bildmotiv um.
abgrenzen	II	durch genaue Bestimmung von Ordnungsmerkmalen unterscheiden	Grenzen Sie das ... Modell von dem ... Modell ab.
belegen	II	eine Schlussfolgerung anhand von Materialien und Kenntnissen nachweisen	Belegen Sie Ihre Hypothesen an vorliegender Gestaltung.
bestimmen	II	ausgehend von bekannten Methoden und Modellen Ergebnisse gewinnen	Bestimmen Sie differenziert die Zielgruppe.
einordnen, zuordnen	II	mit erläuternden Hinweisen in einen genannten Zusammenhang einfügen	Ordnen Sie den Entwurf in seinen designgeschichtlichen Kontext ein. Ordnen Sie die wahrnehmbaren Entwurfsbestandteile den gestalterischen Gesetzmäßigkeiten zu.
erklären	II	einen Sachverhalt/ein Vorgehen mit Hilfe eigener Kenntnisse in einen Zusammenhang einordnen und ihn nachvollziehbar verständlich machen	Erklären Sie die Beziehung zwischen Punkt und Form. Erklären Sie, wie Sie zu einer harmonischen Gestaltung kommen.
erläutern	II	einen Sachverhalt durch zusätzliche Informationen nachvollziehbar und verständlich machen	Erläutern Sie die Prozesshaftigkeit der Gestaltung anhand eines theoretischen Modells.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
herausarbeiten	II	einen Sachverhalt oder eine Position ermitteln und darstellen	Arbeiten Sie aus den Briefingvorgaben die Kernaussagen heraus.
präzisieren, konkretisieren	II	Beispiele für einen Sachverhalt finden und ihn verdeutlichen	Präzisieren Sie die Bildmotive als Rohlayout. Konkretisieren Sie Ihre Analyseergebnisse unter Berücksichtigung der Briefingvorgaben.
strukturieren	II	vorliegende Objekte oder Sachverhalte kategorisieren und hierarchisieren	Strukturieren Sie die gesammelten Informationen über die Positionierung des Produktes auf dem Markt.
untersuchen	II	nach vorgegebenen oder selbst entwickelten Gesichtspunkten Sachverhalte in nachvollziehbare Beziehungen setzen und zu Ergebnissen kommen	Untersuchen Sie auf der Basis der semiotischen Analyse das vorgelegte Zeichen.
vergleichen	II	Gemeinsamkeiten, Ähnlichkeiten und Unterschiede ermitteln	Vergleichen Sie die Wirkung der beiden Arbeiten.
analysieren	II, III	für eine inhaltliche Aussage relevante Eigenschaften, Charakteristika und Bezüge systematisch erschließen und auswerten	Analysieren sie die Coverabbildung hinsichtlich der eingesetzten Gestaltungsmittel. Analysieren Sie die Funktion eines Firmenzeichens für das aufgezeigte Gestaltungsproblem.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
auswählen, begründet auswählen	II, III	aus vorgegebenem oder selbst erstelltem Material bzw. vorhandenem Wissen sachgerecht aussuchen/begründet eine Entscheidung treffen	Wählen Sie begründet aus den vorliegenden Skizzen diejenige aus, die den Vorgaben am besten entspricht.
begründen	II, III	die zu Arbeitsergebnissen führenden Entscheidungen argumentativ darlegen	Begründen Sie den meist hohen Ikonizitätsgrad bei Werbung und politischer Propaganda. Begründen Sie Ihre gestalterischen Entscheidungen durch fachtheoretisch fundierte Argumentationen.
Beziehung/ Bezug herstellen	II, III	Zusammenhänge zwischen verschiedenen Ebenen, Aufgabenteilen, Materialien, Objekten herstellen	Stellen Sie eine Beziehung zwischen den beiden Designtendenzen her. Stellen Sie Ihre fachlich begründeten Auswahlkriterien in Bezug zu einem möglichen Lösungsweg.
entwerfen, begründet entwerfen	II, III	eine Gestaltungsidee mit Hilfe geeigneter Verfahren darstellen oder verdeutlichen (ggf. mit Erläuterung)	Entwerfen Sie ein Gestaltungsraster für eine Doppelseite. Verfassen Sie einen erläuternden Text zur Skizze, zum Entwurf.
entwickeln, konzipieren	II, III	einen Lösungsansatz auf der Grundlage von Kenntnissen, Erkenntnissen und Fertigkeiten erarbeiten	Entwickeln Sie erste Ideen zur Lösung des Gestaltungsproblems. Konzipieren Sie eigenständige kreative Bildlösungen.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
gestalten	II, III	ein Konzept nach ausgewiesenen Kriterien visualisierend ausführen	Gestalten Sie ein Werbeplakat unter Berücksichtigung der im Briefing vorgegebenen Konstanten.
Hypothese entwickeln	II, III	eine begründete Behauptung auf der Grundlage von Kenntnissen und Erkenntnissen entwickeln	Entwickeln Sie begründet Hypothesen bezüglich der stilgeschichtlichen Entstehungszeit des vorliegenden Werkes. Entwickeln Sie eine Hypothese, warum es zu Beginn des 20. Jahrhunderts zur Bauhausidee kam.
interpretieren	II, III	Ergebnisse einer Beschreibung und einer Analyse zu einer begründeten Deutung zusammenführen	Interpretieren Sie die Anzeige vor dem Hintergrund des verwendeten Werbeslogans. Interpretieren Sie die Kampagne im Kontext Ihnen bekannter Werbestrategien.
optimieren	II, III	einen Sachverhalt oder ein Produkt kriterienbezogen verbessern	Optimieren Sie das vorliegende Logo auf Grundlage Ihrer Analyseergebnisse.
scribbeln	II, III	Ideen zeichnerisch umsetzen	Scribbeln Sie erste Ideen. (II) Scribbeln Sie die konzeptionelle Weiterentwicklung einer ersten Idee. (III)



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
skizzieren	II, III	einen Eindruck oder eine Gestaltungsidee so bildlich oder sprachlich festhalten, dass die damit verbundenen Informationen transportiert werden	Skizzieren Sie den kompositorischen Aufbau der Bildvorlage. Skizzieren Sie eine Lösung für das Gestaltungsproblem.
visualisieren, veranschaulichen	II, III	Ideen, Zusammenhänge bildhaft und klar ausdrücken	Visualisieren Sie alternative Lösungsansätze. Veranschaulichen Sie Ihre Idee zeichnerisch (Scribble, Skizze, Rohlayout, Reinlayout, Illustration, ...).
ableiten	III	auf der Grundlage vorhandener Ergebnisse sachgerechte Schlussfolgerungen ziehen	Leiten Sie wesentliche Stilmerkmale anhand des vorliegenden Bildmaterials ab.
auswerten	III	Daten oder Einzelergebnisse zu einer abschließenden Gesamtaussage zusammenführen	Werten Sie Ihre alternativen Lösungsansätze hinsichtlich der gestellten Produktanforderungen aus.
beurteilen, bewerten	III	aufgrund einer Analyse ein selbstständiges Urteil finden und begründen	Beurteilen Sie die Stimmigkeit von Produkt und Werbeaussage. Bewerten Sie die gestalterische Qualität der vorliegenden Arbeit.



<b>Operator</b>	<b>AFB</b>	<b>Definition</b>	<b>Beispiel</b>
deuten	III	Methoden und Verfahren der Interpretation auf künstlerische/gestalterische Äußerungen anwenden und zu einem schlüssigen Ergebnis kommen	Deuten Sie die Bildaussage auf der Basis der eingesetzten bildnerischen Mittel.
diskutieren, erörtern	III	Aussagen und Thesen einander gegenüberstellen, argumentativ abwägen und zu einer Schlussfolgerung gelangen	„The end of print“: Erörtern Sie diese Aussage von David Carson vor dem Hintergrund der Möglichkeiten und Grenzen von Print- und Nonprintprodukten.
entscheiden	III	bei Alternativen sich begründet und eindeutig auf eine Möglichkeit festlegen	Entscheiden Sie, ob es sich bei den abgebildeten Objekten eher um Designobjekte oder um Kunstwerke handelt.
nachweisen	III	externe Quellen in ihrer Aussage erfassen und auf ein Werk/Produkt übertragen	Weisen Sie stilistische Einflüsse von Graffiti-Kunst in vorliegender Werbekampagne nach.
planen	III	zu einem vorgegebenen Problem einen Lösungsweg entwickeln	Planen Sie im Kontext der Briefingvorgaben den Medieneinsatz zur Produktpromotion.
reflektieren	III	Gestaltungsergebnisse oder -prozesse kriterienbezogen überdenken	Reflektieren Sie Ihre Ergebnisse anhand der Vorgaben.
Stellung nehmen	III	zu einem Sachverhalt/ Gestaltungsprodukt/ Werk nach kritischer Prüfung und sorgfältiger Abwägung Position beziehen	Nehmen Sie zu der provokanten Aussage von ... Stellung.



Operator	AFB	Definition	Beispiel
überprüfen	III	Sachverhalte oder Aussagen an Fakten oder innerer Logik messen und eventuelle Widersprüche aufdecken	Überprüfen Sie begründend die Eindeutigkeit Ihrer Bildsprache.
übertragen	III	einen bekannten gestalterischen Sachverhalt in einen neuen Kontext transferieren	Übertragen Sie das vorliegende Bildmotiv in eine dem Medium angemessene Bildsprache.
widerlegen	III	nachweisen, dass Aussagen, Argumente, Ideen o. Ä. nicht zutreffen	Widerlegen Sie die These „...“.

## 4 Arbeitszeit für die schriftliche Abiturprüfung

Es gelten die Vorgaben der APO-BK § 17 Abs. 2, Anlage D.

Die Arbeitszeit beträgt 285 Minuten.

## 5 Hilfsmittel

- Werkzeuge und Materialien (Farbstifte o. ä.) zur grafischen Visualisierung
- Entwurfspapier Größe DIN A4
- Zeichenkarton Größe DIN A4
- Transparentpapier A4
- Schere, Kleber, Klebeband
- Wörterbuch der deutschen Rechtschreibung

## 6 Hinweise zur Aufgabenauswahl durch die Lehrkraft/ den Prüfling

Eine Aufgabenauswahl durch die Schule ist nicht vorgesehen.

Eine Aufgabenauswahl durch die Prüflinge ist ebenfalls nicht vorgesehen.