

COFFEE
BROWNZ

EINSTEIGER-WORKSHOP

VOM PROMPT ZUM PLAKAT

MATCHA-WOCHEN / LINZ



Finale Plakatvariante - vollständig und ohne Beschnitt

ENTSTANDEN AM HANDY

ChatGPT als Zentrale. Adobe-Apps und Bildgenerierung im Hintergrund.

Was hier passiert

Der Ablauf auf einer Seite

Aus einem ziemlich freien, gesprochenen Wunsch wurde Schritt für Schritt ein minimalistisches Matcha-Plakat - komplett in ChatGPT am Handy. Entscheidend war nicht der erste Klick, sondern das Prüfen, Verwerfen und Nachschärfen.

01**BRIEFING****02****RECHERCHE****03****TEMPLATE****04****FEINSCHLIFF****05****EXPORT**

Die sichtbare Entwicklung: verworfene Café-Vorlage, erste saubere Matcha-Version, korrigierter Abstand, finale Variante mit Wortmarke.

DAS EIGENTLICHE LERNZIEL

Ein gutes Ergebnis entsteht durch klare Kriterien und visuelle Kontrolle. Automatisierung spart Zeit. Geschmack, Faktencheck und Verantwortung bleiben trotzdem bei dir.

Der ChatGPT-Workflow

Komplett am iPhone gesteuert - während ich in der Badewanne lag

Die gesamte Bedienung lief in einem einzigen ChatGPT-Gespräch am Handy. Ich habe das Plakat beschrieben, Varianten beurteilt und Korrekturen ausgesprochen. ChatGPT hielt den Zusammenhang und steuerte im Hintergrund die passenden Werkzeuge.

Was hinter dem Chat passierte



Vereinfachte Darstellung des Gesprächs, kein nachgebauter App-Screenshot.

1 Eingabe am Handy

Gesprochene Wünsche, Kritik und Freigaben kamen direkt über ChatGPT.

2 ChatGPT als Zentrale

Der Chat hielt Briefing, Varianten, Dateien und Korrekturen zusammen.

3 Apps und Plugins

Adobe Express half bei Template, Text, Bildtausch und Layout; Acrobat beim PDF.

4 Bildgenerierung

Das Produktmotiv entstand generativ in Adobe Express. Wortmarke und finale Kombination entstanden mit OpenAI-Bildgenerierung.

5 Prüfung

Recherche, Linkcheck, PDF-Analyse und Seitenrendering liefen ebenfalls aus dem Chat heraus.

ARBEITSPLATZ DES TAGES

Hardware: iPhone. Oberfläche: ChatGPT. Standort: Badewanne. Das ist kein technischer Qualitätsfaktor, aber ein ziemlich gutes Beispiel dafür, wie mobil so ein Workflow inzwischen sein kann.

[OpenAI: Apps in ChatGPT](#)

[OpenAI: Bilder in ChatGPT](#)

1. Das Briefing

Aus Gerede wird eine klare Arbeitsgrundlage

Das ursprüngliche Briefing war lebendig, aber noch nicht produktionsreif. Das ist normal. Bevor du ein Tool öffnest, schreibst du die Aussagen in sechs eindeutige Felder um.

Feld	Festlegung
Ziel	Plakat für die Summer Special Matcha-Wochen
Absender	COFFEE BROWNZ / BROWNZ TO GO, Linz
Stil	modern, minimalistisch, hochwertig, viel Luft
Hauptmotiv	fotorealistischer Iced Matcha im klaren Glas
No-Gos	keine Fantasieadresse, kein Kaffee, keine Deko-Orgie
Ausgabe	PDF-Proof plus echte Druckdaten nach Druckerei-Vorgabe

APPLE-INSPIRIERT IST KEIN KOPIERAUFTRAG

Gemeint waren klare Hierarchie, ein starkes Produktmotiv, zurückhaltende Farbe und viel negative Fläche. Apple-Logo, Produktnamen oder konkrete Kampagnen werden nicht kopiert.

2. Inspiration suchen

Nicht nach 'weltbest' rufen, sondern Kriterien sammeln

'Die weltbeste Werbung' ist keine messbare Kategorie. Für einen brauchbaren Workshop zerlegst du den Wunsch daher in sichtbare Eigenschaften. Genau das macht Recherche konkret.

- 1 Ein Hero-Produkt**
Ein Glas, eine Blickrichtung, kein Zutaten-Zirkus.
- 2 Klare Hierarchie**
Kampagne zuerst, Absender danach, Zusatzinfos zuletzt.
- 3 Negative Fläche**
Freiraum ist kein Loch. Er gibt dem Motiv Wertigkeit.
- 4 Wenige Farben**
Beige, Schwarz und ein kontrollierter Matcha-Akzent reichen.

Geprüfte Inspirationslinks

Apple Produktseiten

Als Referenz für Produktfokus und ruhige Flächen - nicht zum Kopieren.

Gota Café Branding

Minimalistische Café-Identität mit klarer Bildsprache.

Creative Blog: Print Ads

Sammlung starker Printideen; als Analysequelle, nicht als Vorlage.

Behance: Matcha-Suche

Breite Stilübersicht für Farbe, Fotografie und Markenbilder.

Links zuletzt geprüft: 29.08.2026.

RECHERCHE-REGEL

Du sammelst keine Screenshots zum Nachbauen. Du sammelst Prinzipien: Was zieht den Blick an? Was kann weg? Was wirkt glaubwürdig?

3. Die Placeholder-Falle

Warum die erste Vorlage sofort rausflog



Verworfen Vorlage: falsches Getränk, erfundene Adresse und zu viele konkurrierende Elemente.

Was hier konkret falsch läuft

- **Fantasieadresse**
'2701 Willow Oaks Lane, Lake Charles, LA' hat mit Linz nichts zu tun.
- **Falsches Produkt**
Unten steht ein Eiskaffee. Das Thema ist aber Matcha.
- **Zu viele Blickfänger**
Punkte, Fotos, vertikaler Text und mehrere fette Überschriften kämpfen gegeneinander.
- **Unruhige Spationierung**
Text sitzt an Kanten, Größen springen und die Achsen wirken zufällig.

WICHTIG

Ein automatisch befülltes Template ist kein fertiges Design. Jede Adresse, URL, Preisangabe und jedes Bild muss einzeln geprüft werden. Sonst druckst du im schlimmsten Fall sehr ordentlich den falschen Blödsinn.

4. Das bessere Template

Vom Café-Poster zum neutralen Produktlayout

Die Suche nach 'Coffee Shop Poster' lieferte fast nur Vorlagen mit Preisen, Webadressen, Sternchen und Deko. Der bessere Weg war eine neutralere Suche nach minimalistischen Produkt- oder Launch-Layouts.

Template-Check in 30 Sekunden

- ☒ Gibt es nur einen klaren Bildbereich?
- ☒ Bleibt genug Luft zwischen Text und Produkt?
- ☒ Sind höchstens ein bis zwei Schriften nötig?
- ☒ Passt das Layout ohne Logo schon grob zur Marke?
- ☒ Kann jede Fantasieinformation vollständig gelöscht werden?
- ☒ Funktioniert es auch ohne dekorative Platzhalter?

DIE GEWÄHLTE BASIS

Eine schlichte A4-Divider-Seite mit großer Sans-Serif-Schrift, sauberer linker Achse und einem einzigen Produktfeld. Genau diese Neutralität war der Vorteil.

Suchbegriffe, die besser funktioniert haben

minimalist product launch poster

modern minimalist sans serif poster

A4 divider page

clean product ad

5. Text und Hierarchie

Weniger Zeilen, dafür jede an der richtigen Stelle

MATCHA- WOCHEN

COFFEE BROWNZ

BROWNZ TO GO

SUMMER SPECIAL LINZ

Keine Adresse. Keine Website. Kein
Preis. Nichts, was nicht bestätigt
wurde.

Vier Regeln für sauberen Satz

- 1 Eine Aussage pro Zeile**
Zeilen nicht mit Punkten oder Trennern künstlich aufblasen.
- 2 Eine feste linke Achse**
Wenn Text links startet, dann startet er wirklich links.
- 3 Abstand vor Dekoration**
Erst Freiraum lösen, dann über Linien oder Akzente nachdenken.
- 4 Konsistente Schreibweise**
MATCHA-WOCHEN mit Bindestrich; COFFEE BROWNZ immer gleich.

ZUR MINDESTGRÖSSE IM WORKSHOP-PDF

In PDFs wird Schrift in Punkt angegeben. Hier ist nichts kleiner als 9 pt; Fließtext steht überwiegend auf 10 bis 12 pt. Das gilt für dieses Lern-PDF, nicht automatisch für jede Plakatgröße.

6. Das Matcha-Motiv

Ein gutes Bildprompt beschreibt Produkt, Licht und Bühne



Prompt-Bausteine

- **Produkt**
Iced Matcha Latte in einem klaren, geraden Glas
- **Material**
sichtbare Eiswürfel, cremige Schaumschicht, natürliche grüne Farbe
- **Bühne**
beiger Sockel, warmer neutraler Hintergrund
- **Licht**
weiches Studiolicht, realistischer Schatten
- **Kamera**
frontale Produktaufnahme, viel freie Fläche
- **Ausschlüsse**
kein Logo, kein Text, keine Hände, kein Café-Hintergrund

WARUM DIESE PRÄZISION?

'Mach ein schönes Matcha-Bild' lässt fast alles offen. Gute Prompts beschreiben nicht die Stimmung allein, sondern die sichtbare Konstruktion des Bildes.

Erste saubere Matcha-Version. Produkt und Farbwelt stimmen, der Abstand oben war aber noch zu knapp.

7. Abstand korrigieren

Ein kleiner Eingriff verändert die ganze Wertigkeit

Das konkrete Feedback war richtig: 'MATCHA-WOCHEN' klebte optisch zu stark am Glas. Statt die Schrift herumszuschieben, wurde das Produkt etwas kleiner und tiefer gesetzt. So bleibt die Textachse ruhig.

VORHER



Glas größer und näher an der Überschrift.

NACHHER



Glas kleiner und tiefer: mehr negative Fläche.

PRAXISREGEL

Kleine Korrekturen immer im Endformat beurteilen. Ein Millimeter klingt präzise, kann aber optisch zu wenig sein. Entscheidend ist die sichtbare Luft, nicht die romantische Zahl.

8. Die Wortmarke

Minimalistisch heißt: Form vor Kaffeeklischee

Separate Wortmarke mit transparentem Hintergrund. Schwarz als Basis, Matcha-Grün nur als kontrollierter Akzent im Z.

1 COFFEE klein, BROWNZ groß

So entsteht eine klare Namenshierarchie.

2 Geometrische Sans Serif

Ruhig, direkt und kompatibel mit dem Plakatstil.

3 Ein grüner Akzent

Die Z-Diagonale bindet das Matcha-Thema ein, ohne alles grün zu färben.

4 Keine Tasse, keine Bohne

Das spart das übliche Café-Clipart und hält die Marke eigenständig.

BEIM EINSETZEN WICHTIG

Die alte Textzeile COFFEE BROWNZ wird entfernt. Sonst steht die Marke doppelt im Layout. Das Logo sitzt oben rechts mit eigener Sicherheitszone und ohne Kontakt zum Glas.

9. Die finale Kombination

Text bereinigen, Logo einsetzen, nochmals prüfen



BASIS

COFFEE BROWNZ noch als normale Textzeile.

Geändert: Text entfernt / Logo eingesetzt / Abstände kontrolliert



FINALE VARIANTE

Wortmarke oben rechts; doppelte Textzeile entfernt.

10. '4K' und Druckqualität

Die unbequeme, aber wichtige technische Wahrheit

4K beschreibt eine Pixelbreite aus der Bildschirmwelt. Für Druck brauchst du Endformat plus effektive Bildauflösung. Ein PDF kann groß sein und trotzdem ein zu kleines Foto enthalten.

Datei	Technischer Befund	Einordnung
Variante 03	Text vektorbasiert; Poppins eingebettet. Hauptbild 1024 x 1024 px, ca. 28 ppi auf der nativen großen Seite.	Sauberer Layout-Proof. Das Foto ist kein 300-ppi-Druckmaster.
Finale PDF	Komplett gerastert: 1055 x 1491 px. 72 ppi auf der nativen PDF-Seite; ca. 128 ppi bei A4.	Gut für Bildschirm, Freigabe und kleinere Drucktests. Nicht als große Premium-Druckdatei
Echter A4-Master	A4 bei 300 ppi: ungefähr 2480 x 3508 px, plus Anschnitt nach Vorgabe.	Druckerei fragen, Datei neu im Zielmaß aufbauen und anschließend preflighten.

MERKSATZ

Ein hochauflösender Screenshot macht ein niedrig aufgelöstes Ausgangsbild nicht detailreicher. Pixel lassen sich vergrößern; echte Bildinformation entsteht dadurch nicht.

Nachlesen

Adobe: Auflösung für den Druck

Adobe nennt 300 ppi als gängigen Standard für hochwertige Drucke aus kurzer Betrachtungsdistanz.

11. PDF und Photoshop

Editierbar ist nicht automatisch gleich editierbar

VARIANTE 03

Vektortext + Rasterbild

- ✓ Text im PDF bleibt scharf.
- ✓ Schriften sind eingebettet.
- ✓ Das Matcha-Foto bleibt rasterbasiert.
- ✓ Am besten in der ursprünglichen Layoutdatei weiterarbeiten.

FINALE PDF

Eine einzige Rasterfläche

- ✓ Kein separater Text mehr.
- ✓ Keine Logo-Ebene mehr.
- ✓ Photoshop kann Pixel bearbeiten, aber die Ebenen nicht zurückzaubern.
- ✓ Für Änderungen besser den Aufbau neu kombinieren.

DER SAUBERE DATEISATZ

1. editierbare Layoutdatei, 2. separate Logo-Datei, 3. hochauflösendes Produktbild, 4. PDF-Proof zur Freigabe, 5. Druck-PDF nach den Vorgaben der Druckerei.

Adobe: Raster- und Vektorbilder

Rasterbilder haben eine feste Pixelzahl und sind auflösungsabhängig.

Adobe: Photoshop-PDF mit Ebenen speichern

Ebenen bleiben nur erhalten, wenn die Quelldatei sie besitzt und entsprechend gespeichert wird.

12. Druckdaten prüfen

Ein PDF ist erst nach dem Preflight eine belastbare Druckdatei

Bevor irgendetwas an eine Druckerei geht, brauchst du deren Datenblatt. Die folgenden Punkte sind kein Agenturtheater, sondern verhindern abgeschnittene Ränder, falsche Farben und unscharfe Bilder.

- 1 Endformat bestätigt**
A4, A3, Citylight oder etwas anderes - exakt in Millimeter.
- 2 Anschnitt bestätigt**
Oft 3 mm, aber die Vorgabe der Druckerei geht immer vor.
- 3 Farbmodus und ICC-Profil**
CMYK-Profil nicht raten; Druckerei oder Papierprofil klären.
- 4 Effektive Auflösung**
Fotos im Endformat prüfen, nicht nur Dateipixel anschauen.
- 5 Schriften und Transparenzen**
Einbetten oder nach Vorgabe ausgeben.
- 6 PDF/X-Anforderung**
PDF/X-1a, PDF/X-4 oder ein anderer Standard nur nach Vorgabe.
- 7 Preflight**
PDF in Acrobat prüfen; Warnungen nicht einfach wegklicken.
- 8 Proof**
Bei kritischer Farbe einen Testdruck oder verbindlichen Proof einplanen.

Offizielle Adobe-Hilfen

[Adobe Express: PDF Print, CMYK, Beschnitt](#)

[Acrobat: Preflight ausführen](#)

13. Der wiederholbare Workflow

So machst du das beim nächsten Plakat ohne Umweg

01 Briefing auf sechs Felder kürzen

Ziel, Absender, Botschaft, Stil, No-Gos, Ausgabe.

02 Referenzen analysieren

Nicht kopieren. Prinzipien wie Hierarchie und Freiraum notieren.

03 Neutrales Template wählen

Platzhalter vollständig löschen können.

04 Produktbild gezielt erzeugen oder fotografieren

Produkt, Material, Bühne, Licht, Kamera und Ausschlüsse nennen.

05 Text zuerst, Logo danach

Doppelte Markenangaben vermeiden.

06 Visuell prüfen und korrigieren

Abstände, Achsen, Rechtschreibung, falsche Daten, Produktbezug.

07 Druckdaten separat vorbereiten

Endformat, Anschnitt, Farbprofil, Auflösung, PDF/X, Preflight.

DER ENTSCHEIDENDE UNTERSCHIED

Nicht der erste Entwurf war gut. Gut wurde das Plakat durch das konsequente Weglassen falscher Inhalte und durch zwei sehr konkrete Korrekturen: Produktabstand und Wortmarke.

14. Prompt und Transparenz

Direkt wiederverwendbar - aber bitte mit eigenem Urteil

STARTPROMPT FÜR EIN MINIMALISTISCHES GETRÄNKEPLAKAT

Erstelle ein modernes, minimalistisches Plakat für [MARKE] in [ORT]. Kampagne: [AKTION]. Hauptmotiv: [GETRÄNK] als fotorealistische Produktaufnahme in einem klaren Glas, weiches Studiolicht, ruhiger neutraler Hintergrund, viel negative Fläche. Typografie: eine geometrische Sans Serif, klare linke Achse, maximal vier Textzeilen. Verwende ausschließlich diese Angaben: [EXAKTER TEXT]. Keine erfundenen Adressen, URLs, Preise oder Logos. Keine Hände, keine Café-Szene, keine Dekoration ohne Funktion. Ausgabe zunächst als Layout-Proof; Druckdaten erst nach bestätigtem Endformat, Anschnitt und Farbprofil.

Transparenz dieses Workflows

- **ChatGPT als mobile Zentrale**

Der komplette Dialog, alle Korrekturen und die Dateiausgabe liefen in ChatGPT am iPhone - in diesem Fall tatsächlich aus der Badewanne.

- **Verbundene Apps, Plugins und Bildwerkzeuge**

Adobe Express half bei Vorlage, Text, generativem Matcha-Motiv und Layout; Acrobat beim PDF. Wortmarke und finale Bildkombination entstanden mit OpenAI-Bildgenerierung.

- **Menschliche Entscheidungen**

Briefing, Auswahl, Ablehnung falscher Vorlagen, Spacing-Feedback, Faktencheck und Druckbewertung kamen aus der gemeinsamen Prüfung.

ABSCHLUSS

Das finale Bild funktioniert gestalterisch. Für einen hochwertigen Großformatdruck muss es aber nochmals aus editierbaren Bestandteilen und einem ausreichend großen Produktbild aufgebaut werden. Genau diese Ehrlichkeit gehört zu einem professionellen Workflow dazu.