

Praktische Arbeit Jgst. 12 / Schuljahr 2008/09 / 2. Halbjahr

Die Endprodukte sind erst beim arbeiten an meinen Entwürfen entstanden. Ich habe einige verschieden Ideen gehabt, die ich zunächst in einfachen Entwürfen umgesetzt habe. Als ich dann eine genauere Vorstellung hatte in welche Richtung mein Projekt hinführen soll, habe ich begonnen meine Entwürfe dann in einem Bildbearbeitungsprogramm umzusetzen. Ich habe das Programm „Ulead PhotoImpact 11“ benutzt.

Eine Idee, die mir eigentlich am besten gefallen hat, ist am Ende doch ausgeschieden, da zu viele Elemente die Anzeige „überladen“ haben. (→Idee 2)

Ohne jetzt weiter auf meine Ideen einzugehen, habe ich mich in einem späteren Arbeitsprozess entschieden selber Aufnahmen zu machen um meine Idee nach meinen Vorstellungen umsetzen zu können. Zunächst wollte ich eine Gruppe von Menschen vor dem Kurhaus aufnehmen, die sich das Logo der Kampagne sich vor das Gesicht halten. Dadurch wäre das solidarische an der Kampagne verdeutlicht worden. Diese Idee habe ich dann nach Probeaufnahmen verworfen.

Schließlich bin ich zu der Idee „Opelbad“ und „Wiesbaden vital“ gekommen.

Es war ziemlich schwierig mit einem Plakat eine so große Zielgruppe anzusprechen. Letztendlich ist es jeder Wiesbadener von jung bis alt.

Nun zu der ersten verwirklichten Idee „Opelbad“:

Dieses Plakat besteht aus 4 Elementen. Am unteren Ende des Plakates habe ich die Sponsoren übernommen, wie es auch der Fall bei den ursprünglichen Plakaten war. Unter dem Logo Wiesbadens ist auch eine Kontaktadresse zu erkennen. Auf der Homepage kann man sich dann weiter über dieses Projekt informieren. Auch den Sticker der Kampagne habe ich übernommen. Den Sticker finde ich mit dem Logo und dem Text ziemlich gut gelungen.

Als Hintergrund hab ich ein Bild vom Opelbad genommen. Dies ist jedoch ein Bild aus dem Internet, welches jedoch leicht bearbeitet habe. Es war auf dem Bild ursprünglich paar Menschen zu erkennen. Die hätte jedoch die Aussage verfälscht, deshalb habe ich sie entfernt. „Wo bist du?“ habe ich als Frage verwendet. Schließlich ist das Schwimmbad leer obwohl es schönes Wetter ist und trotzdem macht niemand Sport. Dies sind auch die größten Unterschiede zu den ursprünglichen Plakaten. Ich wollte meine Plakate nicht nach dem Motto gestalten „Auch wenn sie negativ auffallen, Hauptsache man redet darüber“. Bei mir sind es recht positive Plakate. Ich hab für dieses Plakat ein Querformat gewählt. Hier kann man das Panorama, welches man im Hintergrund sieht besser darstellen. Das zeigt auch noch mal einen großen Teil Wiesbadens. Es ist schönes Wetter und es motiviert einfach sich aufzuraffen und ins Schwimmbad zu gehen. Schließlich unterstützt man damit dann die Kampagne und man macht Sport.

Nun zu meiner zweiten verwirklichten Idee „Wiesbaden vital“:

Hierfür habe ich ein Hochformat gewählt. Die Sponsoren sind auch wiederum auf dem unteren Ende des Plakates zu sehen. Diesmal habe ich jedoch den roten Sticker

der Kampagne verwendet. Er passt sich optisch besser in das Bild an und bildet so einen schönen Kontrast und erregt Aufmerksamkeit. Das Bild habe ich selber aufgenommen vor dem Kurhaus. Auf dem Bild ist meine Schwester Devina Leismann zu erkennen. Sie ist selber Leistungsturnerin und ist deshalb ganz gut geeignet für diese Kampagne, da sie sich auch für den Sport einsetzt. Als Titel habe ich „Wiesbaden vital“ gewählt. Dies ist eine Art akustische Alliteration. Der Titel ist kurz und beschreibt in wenigen Worten das Projekt. Es wird gesagt wer dieses Projekt macht und um was es geht. Man kann stolz auf Wiesbaden sein, es ist nicht irgendeine Stadt. Vital beschreibt das Projekt. Auf dem Foto lacht das Mädchen und ist freudig und springt in die Luft. Das vermittelt auch eine Art Wohlfühlgefühl. Hier wird dann suggeriert, dass man auch glücklich ist, wenn man dieses Projekt unterstützt.

Da ich mich nun zwischen den beiden Plakaten entscheiden muss, wähle ich das Plakat „Wiesbaden vital“ aus.

Verbesserungsvorschläge für das gesamte Projekt:

- Beim Besuch eines Schwimmbades oder beim Einkauf bei „Kaisers Biobäckerei“ sollte man auch über die Kampagne informiert werden.
- Auf den Sammelkarten sollte die jeweilige Person ankreuzen dürfen für was das Geld endgültig zu Gute kommt, damit er doch ein wenig in dieses Projekt involviert wird.
- Wenn man sich von der aktiven Handlung des Wiesbadeners distanzieren würde, sodass er darüber informiert wird, jedoch direkt durch sein z.B. Besuch des Schwimmbades sein Punkt auf einem Punktekonto gutgeschrieben wird, würde am Ende auch mehr Geld zusammenkommen.
- Ich finde die Internetpresantz sehr schwach. Eine kleine Unterseite der Wiesbadener Stadtseite ist nicht genug für solch ein Projekt.
- Eine eigene Homepage mit Bildern von Aktionen usw. würde mehr Erfolg garantieren und vielleicht auch andere Städte animieren was für ihre Bürger zu machen.