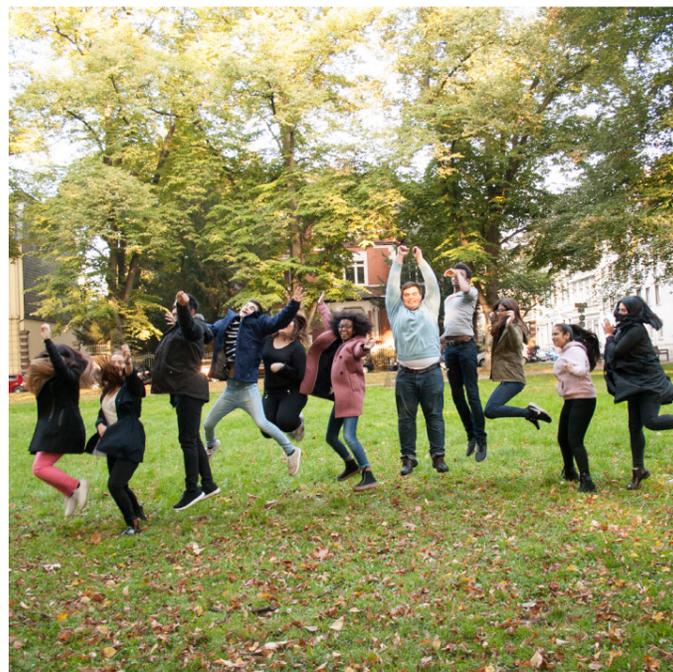


Rückblick und Leitfaden





„Begleitprozess im Rahmen einer Identitätsfindung und die daraus resultierenden Schritte einer öffentlich wirksamen Kampagne des Jugendbeirates der Stadt Krefeld.“

Eine fünfteilige Workshopreihe mit starker Einbindung der Jugendlichen von August bis November 2017 ist Teil einer transparenten und authentischen Corporate Identity und gleichzeitig wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit.

Der Slogan des Jugendbeirates **„Farbe bekennen & mitgestalten“** wird wortwörtlich aufgegriffen und in sämtlichen Disziplinen zu einer jungen und dynamischen Bildmarke.

Gemeinsam und selbstgemacht

Nach einer Einführungsveranstaltung im Jugend- und Stadtheim Schicksbaum und einem anschließenden Brainstorming finden Treffen in der Jugendeinrichtung Villa K und im Rathaus statt, um Ideen auszuarbeiten und weiterführende Entscheidungen zu treffen. Eine abschließende Veranstaltung mit der Präsentation aller Ergebnisse findet im November in der Mediothek Krefeld statt. Alle Gestaltungsentscheidungen werden in dieser Zeit gemeinsam getroffen. Die für die Gestaltung wichtigen Elemente sollen von den Jugendlichen in Zukunft selbst zu neuen Werbemedien arrangiert werden können. Sie selbst sind als Person wichtig für die Kampagne und werben so für den Jugendbeirat Krefeld.



Authentisch, jung und auffällig

Es wird die Entscheidung getroffen, den Slogan „Farbe bekennen & mitgestalten“ beizubehalten. Ebenso hat sich die orangene Signalfarbe als etabliert herausgestellt, sodass sie im auch sie weiterhin bestehen soll.

Die Idee des Slogans wird im entwickelten Gestaltungskonzept grafisch aufgearbeitet. Die Mitglieder des Jugendbeirates gestalten ihr Umfeld selbst und machen Krefeld bunter.

Bei einem Fotoshooting werden die Jugendlichen in vielen verschiedenen Positionen fotografiert, in denen sie „Farbe bekennen & mitgestalten“. In der Nachbearbeitung werden diese freigestellt und auf zwei Farbebenen reduziert.

Die von den Jugendlichen dargestellten Positionen und Körperhaltungen interagieren mit Farbflächen, die in den folgenden Arbeitsschritten eingefügt werden.

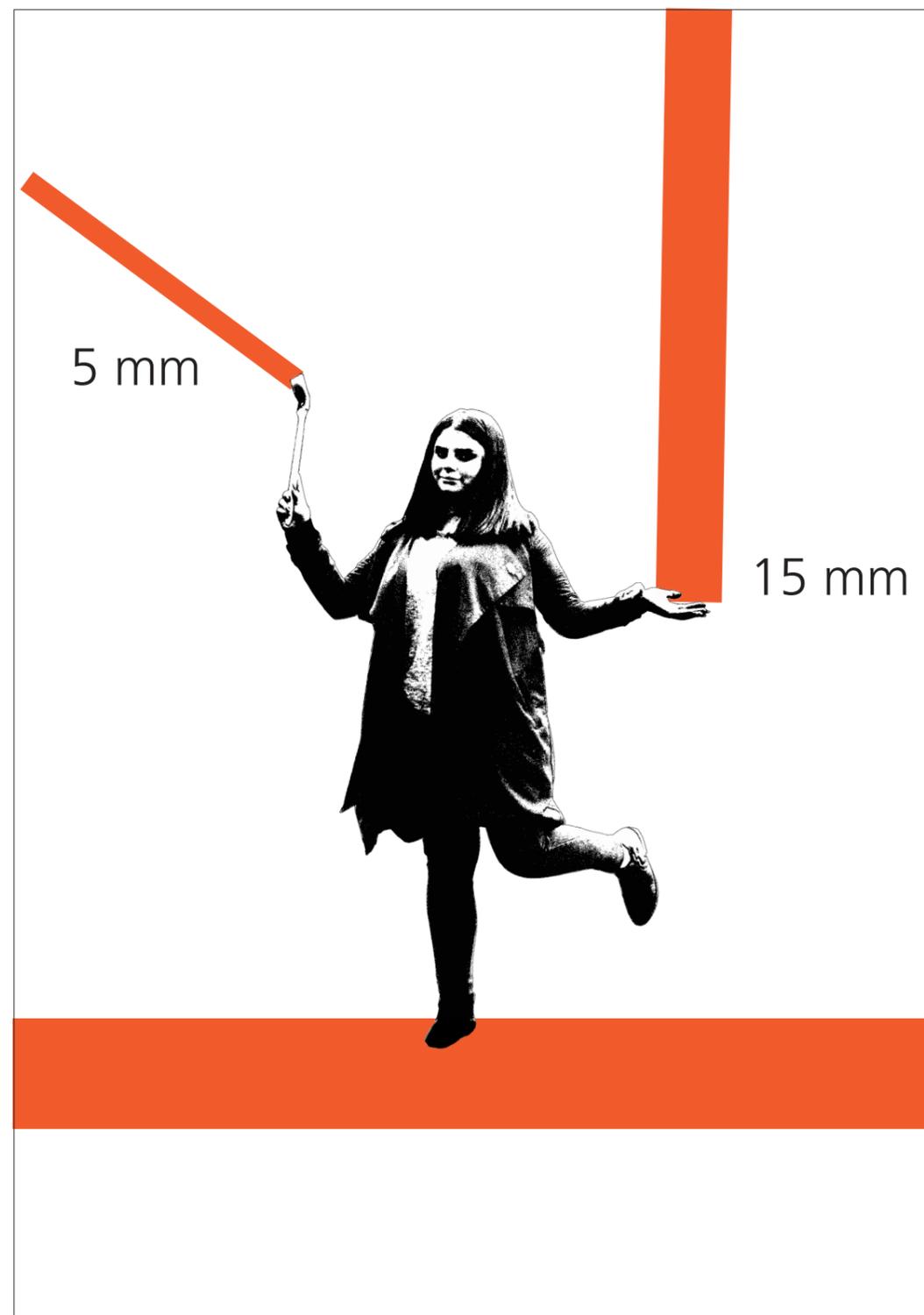




Stencil und Tape-Art

Ziel ist es, dass jede Person am heimischen Rechner mit einem schwarz-weiß Drucker auf einem DIN-A4 Blatt ausgedruckt werden kann. In ihrer Größe sind die Grafiken so aufbereitet, sodass die ausgeschnittenen Personen dann mit orangefarbenem Klebeband in verschiedenen Größen arrangiert werden können. Ein Pinsel und eine Farbrolle werden als Gegenstand von manchen Personen gehalten. Aber auch andere Positionen werden realisiert. Abstände von Händen oder Füßen geben oftmals die zu verwendende Größe des Klebebandes vor.

Die erstellten Grafiken bilden natürlich nur einen Teil der Mitglieder des Jugendbeirates ab, da nur die Personen aufbereitet werden konnten, die bei den Fotoshootings anwesend waren und ihre Einwilligung gaben.





Farbgebung und Bezugsquelle

Auf der Website „Klebeland“ kann man ein sogenanntes Design-tape erwerben, welches in verschiedenen Stärken und verschiedenen Farben erhältlich ist. Besonders ist auch, dass das Sortiment eine orangene Farbgebung bereit hält. Der Farbton der grafischen Ausgestaltung des Jugendbeirates wird also an die Farbe des erhältlichen Tapes angepasst. So wird sowohl in analogen Arbeiten der Tape-Art-Machart als auch in Printmedien und im Web eine möglichst ähnliche Farbe verwendet. Die Parameter dazu sind dem erworbenen Tape entnommen. Sie finden sich auf der rechten Seite und sind in allen Medien anzuwenden.

Bestell-Link:

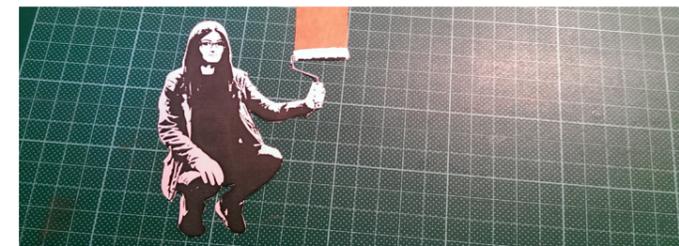
<https://klebeland.de/produkt/design-krepp-tape-tape-art-deko-farbig-25m>

5 mm / 2,50 € / 0,10 €
 10 mm / 2,73 € / 0,11€
 15 mm / 3,00 € / 0,12 €
 20 mm / 3,25 € / 0,14 €
 25 mm / 4,15 € / 0,17 €
 50 mm / 8,32 € / 0,33 €

Farbparameter

- C: 0
- M: 79
- Y: 92
- K:0
- R: 234
- G: 81
- B: 33
- #ea5121





Guerilla-Marketing

Die vorbereiteten DIN-A4 Ausdrucke der Grafiken werden in einem der Workshops ausgeschnitten und das Prozedere der Anbringung experimentell ausprobiert. Die beste Möglichkeit ist es, den Untergrund mit Kleister anzufeuchten, um dann darauf das Papier zu applizieren - um es dann erneut mit einer Schicht Kleister mit einem Pinsel zu fixieren. Das Klebeband ist aber als erstes anzubringen, weil die Figuren daran auszurichten sind.

In einem Feldversuch im Innenbereich und öffentlichen Raum wird dies ausprobiert.

An dieser Stelle ist noch einmal zu betonen: Diese Art des Guerilla-Marketings ist reversibel!

Socialmedia-Content

Die verwendete Signalfarbe ist ein leicht zu identifizierendes Gestaltungsmerkmal. Die Anbringung im öffentlichen Raum und das Abfotografieren erlaubt einen großen Output als Social-Media Content auf den Plattformen Facebook und Instagram.

Der Hashtag **#jbrkr** wird ausgewählt und soll etabliert werden.





Logo

Beim ersten Workshoptermin im Sommer wird einerseits beschlossen, den Slogan „Farbe bekennen & mitgestalten“ beizubehalten, aber auch Überlegungen angestellt, inwieweit eine gewisse Symbolik und der Lokalbezug zu Krefeld im Logo dargestellt werden kann.

Der Hashtag #jbrkr wird integriert und das „kr“ in der ausgewählten Farbe gefärbt. Das Logo zeigt somit alles, was im Workshop herausgearbeitet wurde. Wichtig im übertragenen Sinne ist hierbei, dass „gemeinsam gestaltet“ wird, also in diesem Fall von zwei Personen gleichzeitig.

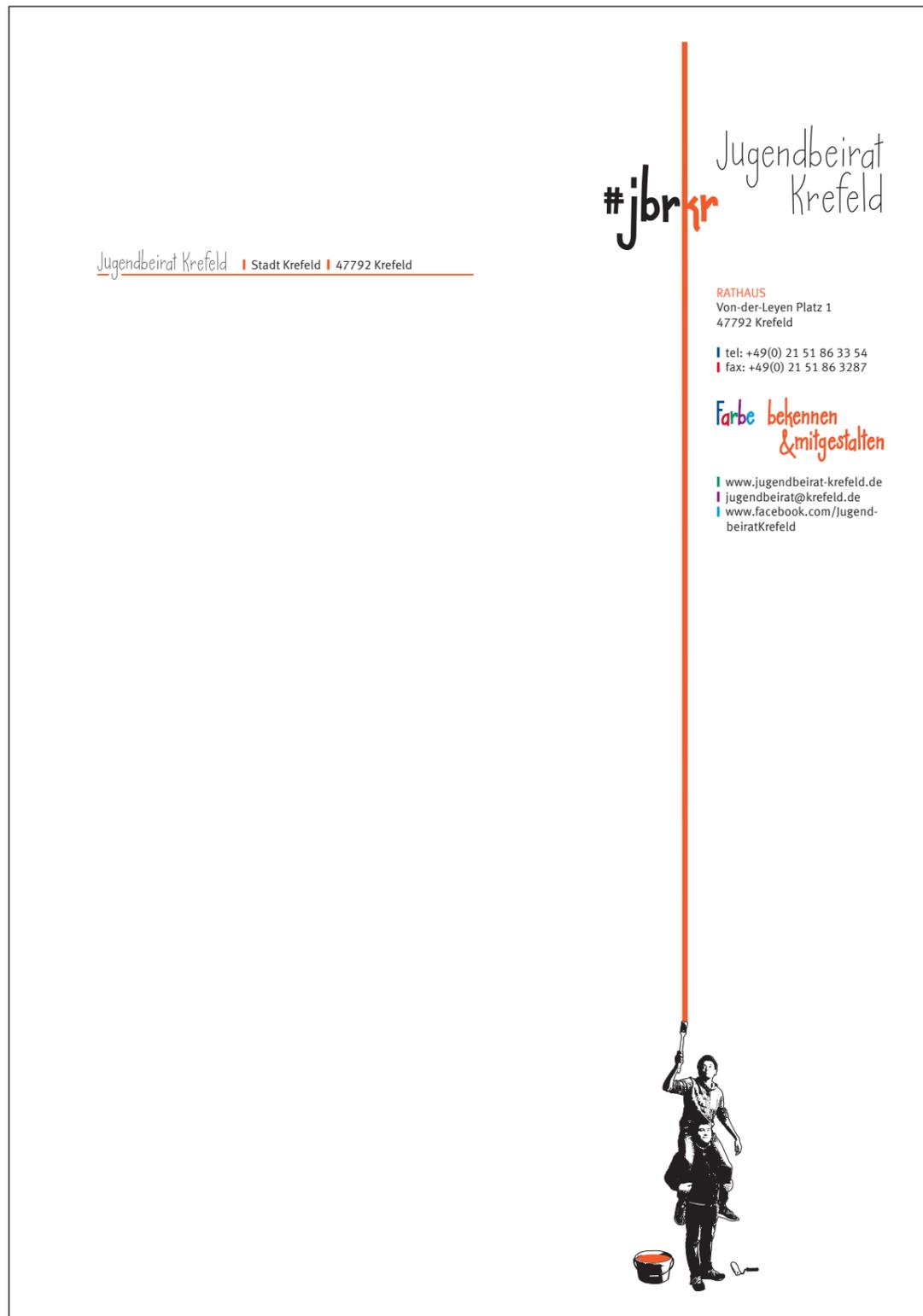
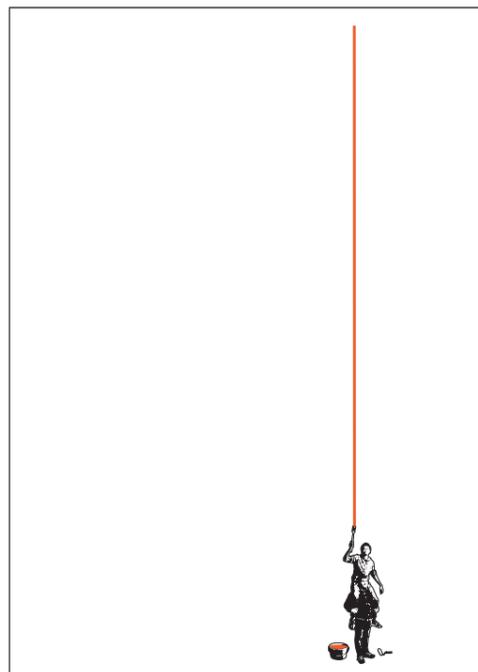
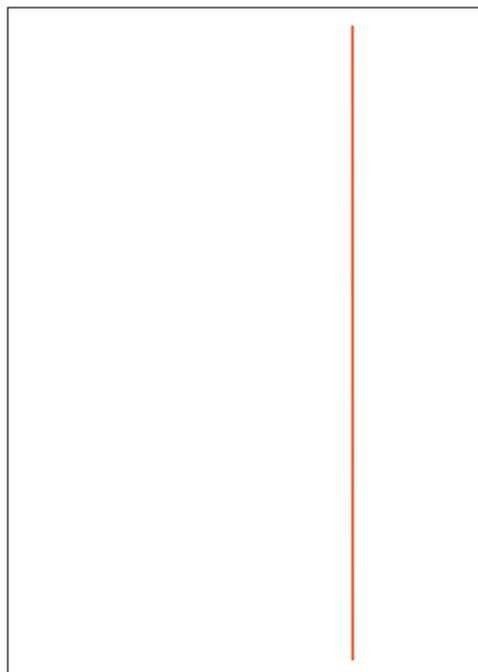
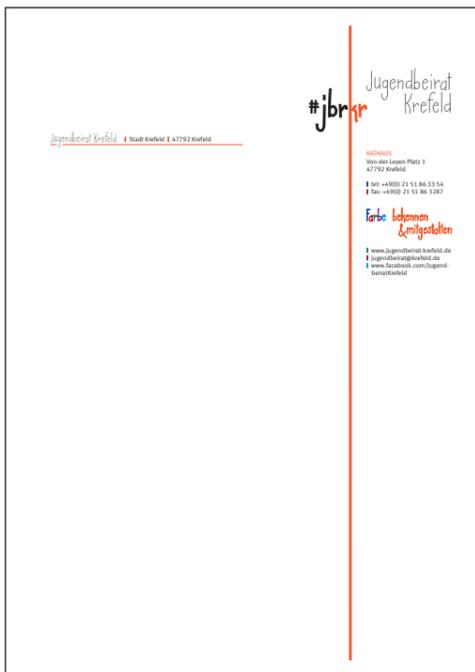
Gemeinsam Krefeld bunt machen.

Es wird vom Jugendbeirat entschieden, dass zwei Mädchen auf dem Logo zu sehen sein sollen und zwei Jungen auf der Grafik, die auf dem Briefbogen zum Einsatz kommt.

Die Typografie ist so gestaltet, dass sie mit einem Klebeband geklebt worden sein könnte. Dies behält den Charakter des Handgemachten bei. Außerdem bietet die kreisförmige Anordnung die Möglichkeit, das Logo auf einem Rundstempel zu platzieren um das Wirken des Jugendbeirates in bürokratischen Angelegenheiten symbolisch auf die Spitze zu treiben. Dies ist dann aber natürlich nur einfarbig möglich.

Es werden mehrere Variationen in verschiedenen Grafikformaten aufbereitet, die auch auf dunklem Untergrund funktionieren.





Briefbogen

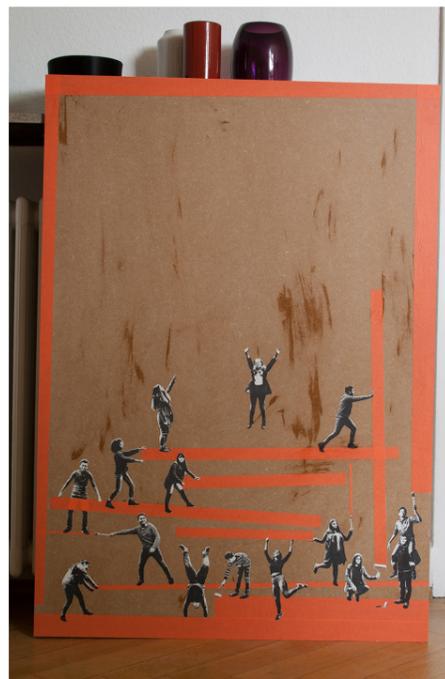
Der Briefbogen zeichnet sich durch einen farbigen Trennstrich in Kombination mit einem reduzierten Logo aus. Die Typografie „Jugendbeirat Krefeld“ wird von dem Logo entkoppelt dargestellt und der Slogan so gestaltet, dass das Wort „Farbe“ aus fünf verschiedenen Farbtönen besteht.

Für Adressen und Fließtexte kommt die Hauschrift der Stadt Krefeld „Meta“ zum Einsatz.

Überschriften oder hervorzuhebende Textpassagen können ebenfalls in der Jugendbeirat-Farbe eingefärbt werden.

Es gibt insgesamt vier verschiedene Briefbogen-Vorlagen: Eine Einzelseite und für mehrseite Dokumente eine erste Seite, eine Mitelseite und eine letzte Seite.





Plakat und Grafikgestaltung

Das Konzept sieht es vor, dass die Jugendlichen mit den vorbereiteten Stencils und dem Klebeband zu jedem Zeitpunkt selbst eine Grafik erstellen können. Es können beliebig viele Personen auf einem Untergrund arrangiert werden. Baumärkte bieten auf Maß geschnittene MDF-Platten an. Zur Veranschaulichung wird eine 12mm DINA-0 Platte mit Klebeband und Stencils gestaltet.

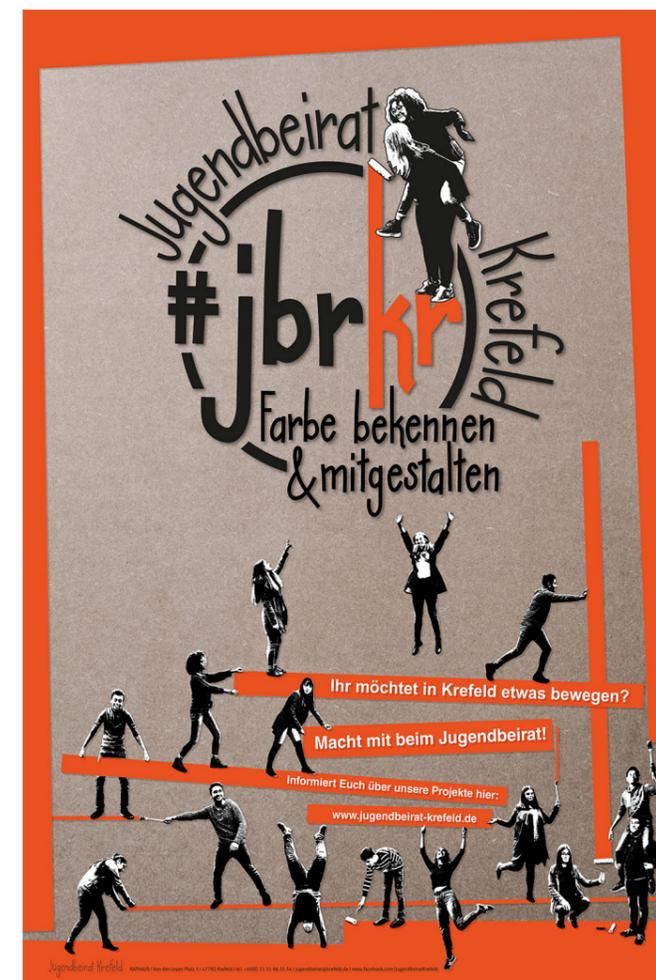
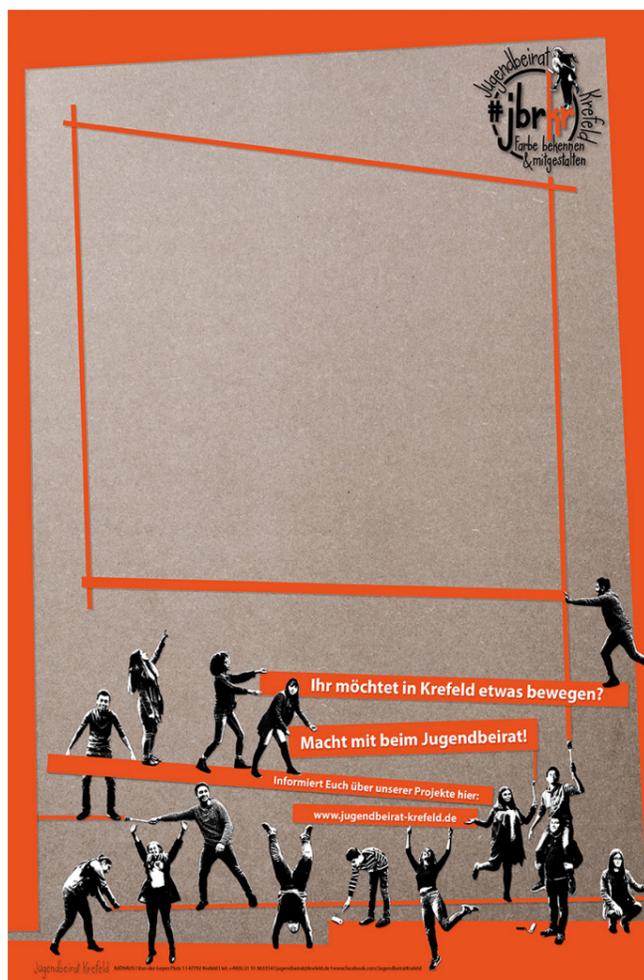
Die Klebestreifen fungieren hier als Untergrund für mögliche Textfelder.

Die erstellten Collagen können abfotografiert werden und anschließend digital mit Typografie versehen werden.

Der verwendete Untergrund (hier MDF) ist ebenfalls ein stilbildendes Element. Es sind aber auch andere Untergründe denkbar. So kann ein Plakat auch auf dem Untergrund im öffentlichen Raum komponiert werden.

Alternativ wird eine Grafikdatei bereitgestellt, in der jedes Element als eigene Ebene vorliegt und beliebig platziert werden kann.

Ein zusätzlicher Rahmen in der oberen Bildhälfte erlaubt die Integration zusätzlicher Inhalte wie Fotos, Grafiken und Texten.

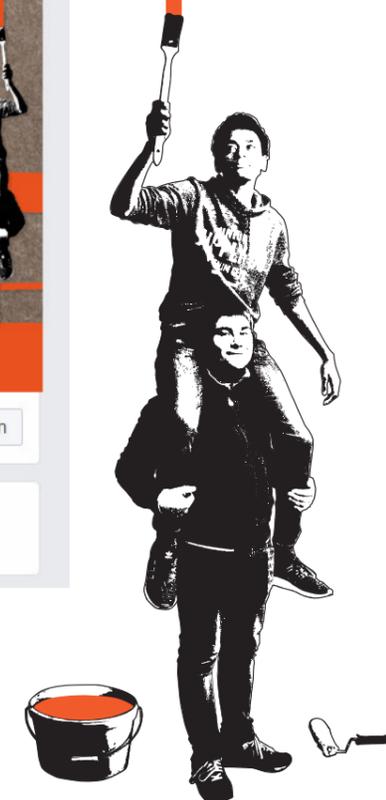
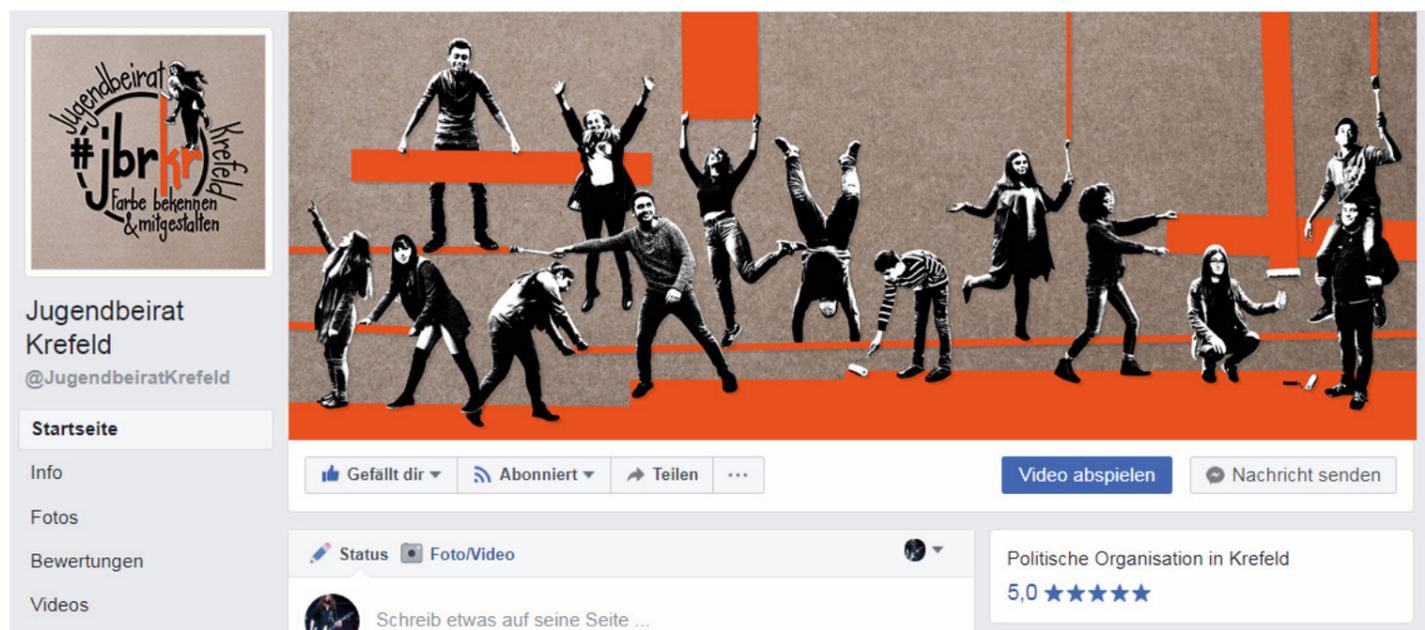


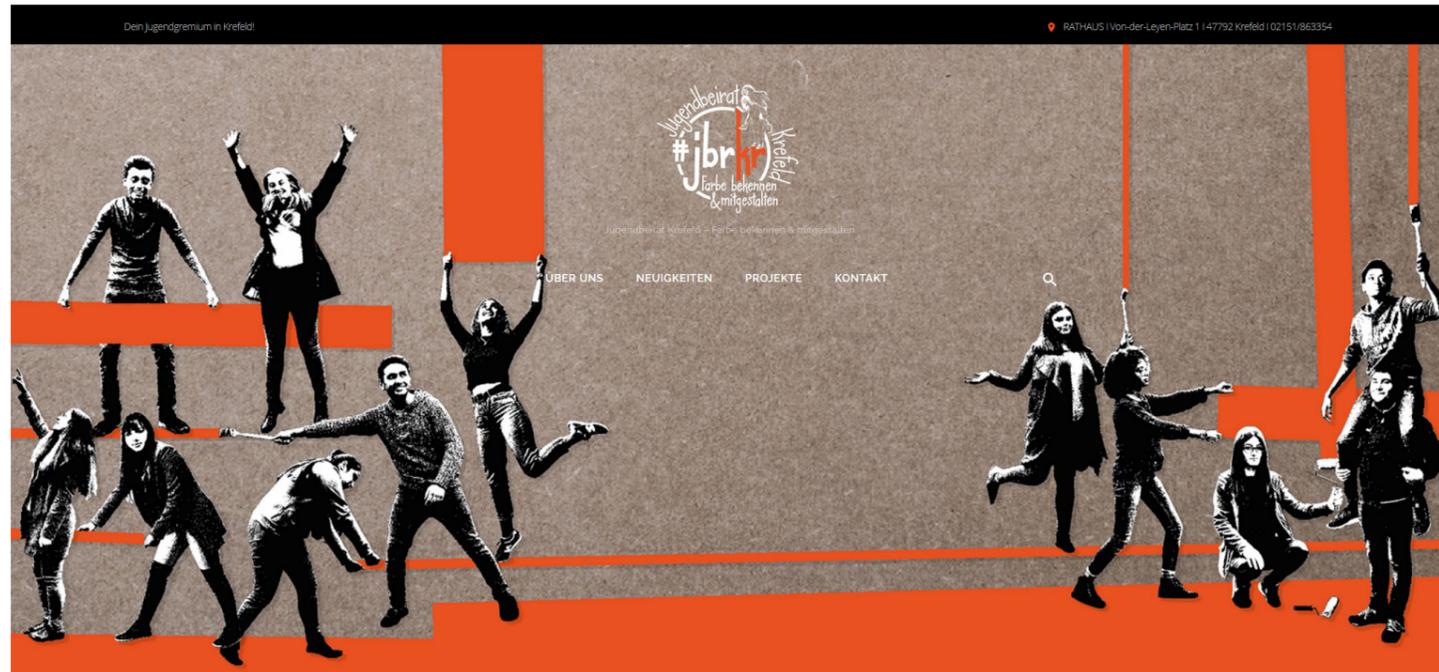
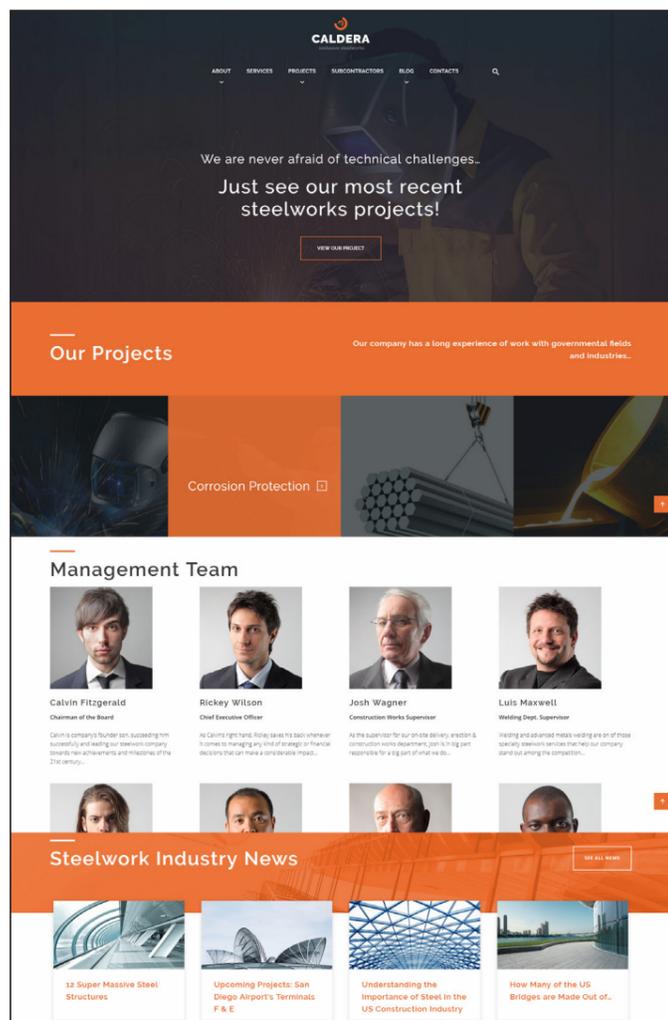


Grafikmaterial für Socialmedia

Es wird eine Vielzahl von Stencils als Gruppe arrangiert, die das gemeinsame Handeln visualisiert. Diese Grafik und das Logo werden auf das zuvor abfotografierte MDF digital montiert und auf die für Facebook nötigen Seitenverhältnisse von Logo und Header gebracht.

Die Grafiken werden bei Facebook eingepflegt.





Website

Es wird viel recherchiert und letztendlich ein Template gefunden, welches den Anforderungen entspricht. Es bietet nicht nur die nötigen Optionen der Gestaltung und Struktur, sondern hat auch schon eine orangene Farbe als Hauptstilelement implementiert.

Das Template „Caldera“ wird erworben und auf dem Server von „Jungeskrefeld“ installiert und nun mit Content gefüllt.



Emre

Ich bin Emre, 20 Jahre alt und mache eine Ausbildung zum KFZ-Mechatroniker. In meiner Freizeit fahre ich gerne mit meinem Moped rum und lese Mangas. Ich möchte mich für dich und für uns stark machen und in Krefeld etwas verändern.



Tim

Hallo, ich heiße Tim und bin 18 Jahre alt. Ich gehe auf das Berufskolleg Vera Beckers und mache dort mein Abitur im Gesundheitswesen. Ich möchte nach meinem Abitur Mathematik, Biologie und Gesellschaftslehre auf Lehramt studieren. Meine Hobbys sind lesen, Schach spielen und Fußball gucken. Ich bin seit Herbst 2016 Mitglied im Jugendbeirat und seit April 2017 im Vorstand. Ich bin im Jugendbeirat, weil ich gerne MITGESTALTEN und etwas verändern möchte.



Bibi

Hallo! Mein Name ist Bianca, ich bin 17 Jahre alt und Teil des 6-köpfigen Vorstandes des Jugendbeirats. Ich bin seit April 2017 dabei, denn ich möchte mit dabei anpacken, den Ort, in dem wir leben, zu einem schöneren machen. Ich setze mich für ein offenes Miteinander ein und möchte ein Krefeld ohne Diskriminierung jeglicher Art. Außerdem will ich gemeinsam mit euch neue Möglichkeiten für die jungen Leute dieser Stadt schaffen.



Lena

Hallo, ich bin Lena und bin 19 Jahre alt. Ich spiele in meiner Freizeit gerne Tennis. Seit drei Jahren bin ich Mitglied im Jugendbeirat und seit Anfang April 2017 im Vorstand. Ich möchte unsere Stadt für junge Leute attraktiver machen, indem wir coole Veranstaltungen und Projekte planen. Jeder Jugendliche sollte auf seine Stadt stolz sein.



Finale

Zum Jahresbeginn 2018 erhält der Jugendbeirat ein neues Erscheinungsbild im Umfang von:

- 5 Workshops mit begleitender Dokumentation im .pdf-Format
- Logos in verschiedenen Ausführungen und Dateiformaten
- Schriftzug
- Plakat (digital und analog auf Holzplatte)
- Briefbogen
- Logo und Titelbild für Social-Media Plattformen
- Plakat/Flyervorlage
- „Anleitung“ bzw. Zusammenfassung der Ergebnisse als .pdf
- „Do-It-Yourself“-Druckvorlagen zur Selbstgestaltung
- Installation einer neuen Homepage

Philipp Maike
info@philippmaike.com
0162/1713969

