



KONZEPT

zu unseren 3 Medien

Einleitung

Bauplan unser drei Produkten. Es legt die Marschrichtung fest, beschreibt Ziele und Inhalte deines Projektes. Für deine Organisation und die Mitarbeitenden des Projektes schafft es damit Klarheit über die Ziele und ihre Umsetzung im Projekt. Es sollte die Grundlage ihres Handelns sein. Wofür steht sie? Welche Werte sind euch wichtig?

Alle drei Multimedia Werbeprodukte werden nach dem CI/CD vom VJ Festival Zürich design. Wir schaffen eine Einheit und wollen somit einen Wiedererkennungswert kreieren.

Ausgangssituation:

Kooperationspartner:

Unsere Kooperationspartner müssen auf jedem von uns erstellten Medium ersichtlich sein, da dies eine Vereinbarung ist. Unsere Sponsoren werden mittels ihren eigenen Logos darauf ersichtlich sein.

Personal / Mitwirkende:

Chiara Nigro, Alisha Jucker (Eventorganisatoren)

CI / CD

Farbpalette:



HEX #fddf00
RGB 253, 223, 0



HEX #23e4e7
RGB 35, 228, 231



HEX #1c126d
RGB 28, 18, 109

Schriftarten:

Webfont: Raleway
Logo Font: Raleway Heavy

Logo:



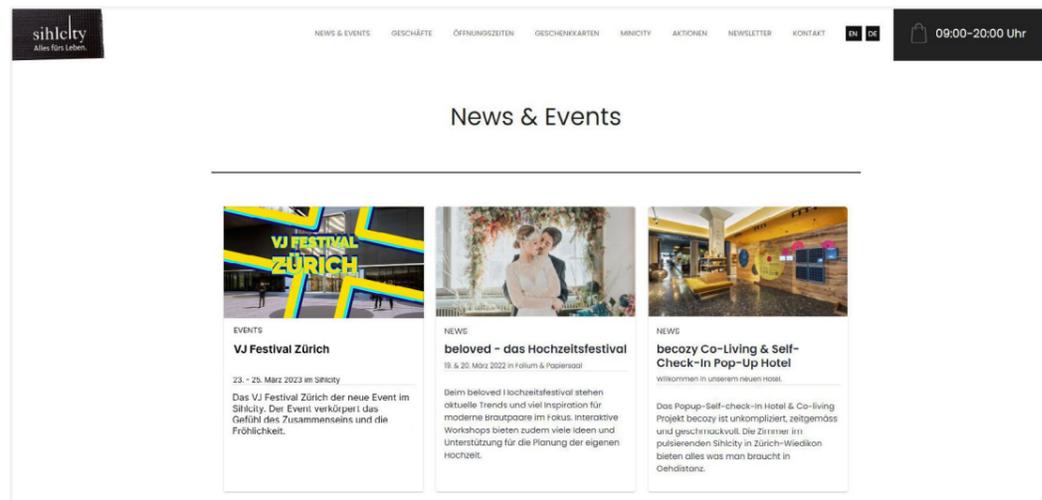
MOOD BOARD

Landingpage

Grundlegende Idee:

Die grundlegende Idee der Landingpage ist es, den Event "VJ Festival Zürich" an die dafür vorgegebenen Zielgruppen zu bringen, wie auch Informationen über das Festival zu liefern. Es soll dem Betrachter alle relevanten Informationen geben, damit er genau bescheid weiss, wann und wo er sein muss um daran teilzunehmen.

Ebenso ist die Idee, dass wir unsere Sponsoren auf der Landingpage aufzuführen. Jedoch wollen wir auch dass unsere Sponsoren unseren Event auf ihrer Webseite verlinken, damit mir mehr Reichweite erreichen könne. Ebenso wollen wir auf der Sihlcity Webseite ersichtlich sein unter dem Menüpunkt News & Events.



SMART Ziele:

Unsere Ziele gestalten wir ganz klassisch nach der SMART Methode. Das bedeutet, spezifische, messbare, attraktive, realistische und terminierte Ziele zu definieren.

1. Ziel

- Wir rechnen mit ca 12 Personen pro Tag auf unserer Landingpage und können dies mit einem Webtool wie Hotjar analysieren.

2. Ziel

- Wir wollen unsere Landingpage ende August online schalten. Somit ist genügend Zeit um sich über das Festival zu informieren. Zusätzlich wollen wir die Menschen mit einem Hautnahen Festival motivieren für den Herbst, denn im September folgt der Herbstbeginn.

Zielgruppe:

Direkte --> Eher jüngere Generation, Personen welche primär online unterwegs sind und ihre News von dort aufnehmen.

--> Personen, welche das Plakat gesehen haben und den QR Code scannen mit der Verlinkung auf die Website.

--> Personen, jüngere Generation (oder Clubszene), welche nach spezifischen Schlagwörtern suchen im Browser und so auf unsere Website stossen.

Beispiel mögliche Schlagwörter:

- Events
- Events (und Datum)
- Sihlcity
- Sihlcity Events
- Kaufleuten Events
- Zürich Events
- Festivals in Zürich
- VJ Zürich
- VJ Festival
- Events im Winter
- Festivals im Winter

Indirekte --> Personen, welche zufällig auf unsere Website stossen, durch QR Code, durch Hörensagen, durch Verlinkung auf Website von Sihlcity, Kaufleuten oder Stadt Zürich.

Vorgehensweise:

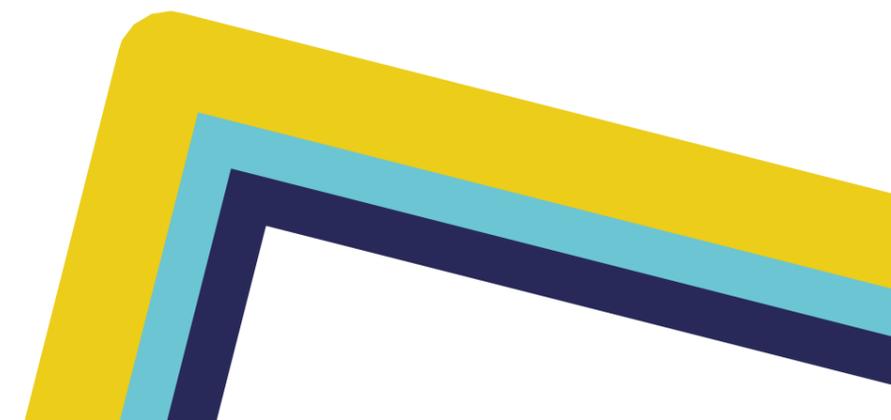
Im ersten Schritt informieren wir uns und über die genauen Vorgaben und gestalten anhand des CI/CD ein passendes Mockup. Wir werden uns in den nächsten Schritten stark an unserem Mockup orientieren.

WordPress:

Wir bestimmen ein passendes Theme für WordPress, welches unsere Anforderungen entspricht. Erstellen anschliessend Content-Blöcke und ordnen alle Blöcke analog des Mockups an. Die Content-Blöcke werden mit den zutreffenden Inhalten gefüllt. Ebenso rechnen wir noch Zeit ein um die Website Responsive zu gestalten.

Final Phase:

In der finalen Phase folgt die Überprüfung der Website und die allfälligen Verbesserungen. Wenn die gesamte Seite einwandfrei funktioniert wird sie aufgeschaltet und ein QR-Code für das Plakat generiert.



Mockup:

Link zur Webansicht:

- <https://xd.adobe.com/view/51c068da-b31e-4c71-834a-76f6a4841b9a-0493/?fullscreen>

Oder hier als Screenshot (ist ein Onepager, aus Platzmangel in 2 Screenshots gebrochen):



VJ Festival Zürich

Hätten sie jemals die Clubszene mit einem Familien Event machen können? – genau das passiert an dem VJ Festival Zürich 2023

Das VJ Festival Zürich der neue Event im Sihcity. Der Event verbindet das Gefühl der Zusammenkunft und die Fröhlichkeit.



Orientierungsplan

Ein Kaufzentrum Sihcity
Gesshobelstrasse 15
8045 Zürich

Sihcity ist ein urbanes Entertainment Center des Zürcher Architekten Theo Holz auf dem Areal der ehemaligen Zürcher Papierfabrik an der Sih.



Donnerstag	23.11.2023	14.00 - 23.00Uhr
Freitag	24.11.2023	15.00 - 02.00Uhr
Samstag	25.11.2023	15.00 - 02.00Uhr

VJ's

Das «VJ Festival Zürich» stellt ein dreitägiges Programm von in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.

Wie immer möchte man sich mit Kopfhörern und kann auf der Website von «VJ-Festival Zürich» den dazugehörigen Live Musik Stream abhören. Die fünf Standorte zeigen fünf spezifische Themen der eingeladenen VJ's.

Name	Themenkomplex	Thema
Alexis Berna	Alexis Berna VJ Festival wird ein über 1000m² großer Raum, der die Kunst der VJ's zeigt. Die Kunst der VJ's wird in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.	Wichtige Funktionen und Funktionen des VJ's.
Barbara Gysin	Barbara Gysin VJ Festival wird ein über 1000m² großer Raum, der die Kunst der VJ's zeigt. Die Kunst der VJ's wird in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.	Übertragung von Audio und Video von der Bühne zum Publikum.
David Müller	David Müller VJ Festival wird ein über 1000m² großer Raum, der die Kunst der VJ's zeigt. Die Kunst der VJ's wird in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.	Übertragung von Audio und Video von der Bühne zum Publikum.
Franko	Franko VJ Festival wird ein über 1000m² großer Raum, der die Kunst der VJ's zeigt. Die Kunst der VJ's wird in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.	Übertragung von Audio und Video von der Bühne zum Publikum.
John Doe	John Doe VJ Festival wird ein über 1000m² großer Raum, der die Kunst der VJ's zeigt. Die Kunst der VJ's wird in der Clubszene international, bekannten VJ's vor. An fünf verschiedenen Standorten rund um das Sihcity Einkaufszentrum werden 5 ausgewählte Arbeiten präsentiert. Dürftet wird das Festival jährlich am letzten Wochenende im November. Die Projektionen laufen jeweils Donnerstag, Freitag und Samstag.	Übertragung von Audio und Video von der Bühne zum Publikum.

Kontakt

Name

Vorname

E-Mail

Telefon

Nachricht

Feedback dieser Content-Block wird nach dem Event aufgeschaltet um Feedback zu erhalten!

Sponsoren



Mögliche Risiken und Probleme:

In Produktionsphase:

- WLAN Ausfall
--> Lösung: Im Falle eines WLAN Ausfalls können wir immernoch auf unser Hotspot vom Telefon zugreifen.

- Updates, welche mögliche Fehler enthalten könnten
--> Lösung: Wir werden während der Arbeit an der Landingpage keine Updates vornehmen.

- Laptop Ausfall
--> Lösung: Wenn einer von unseren LapTops ausfällt müssen wir auf einen ersatz LapTop zugreifen, welchen wir von zuhause aus mitnehmen müssen.

- Fehlermeldungen
--> Lösung: Zuerst probieren selbst das Problem zu lösen. Wenn man nicht mehr vorwärts kommt, nach Hilfe fragen bei einem IT Specialist.

In Laufphase (wenn die Landingpage online ist):

- Fehlermeldungen
--> Lösung: Fehlermeldungen sofort beheben und Landingpage sofort wieder online stellen. Zuerst probieren selbst das Problem zu lösen. Wenn man nicht mehr vorwärts kommt, nach Hilfe fragen bei einem IT Specialist.

- Absturz der Website
--> Lösung: Absturzgrund suchen, diesen beheben und Landingpage sofort wieder online stellen.

Materialliste:

Für unsere Landingpage brauchen wir grundsätzlich nicht viel Material. Wir brauchen lediglich unsere Laptop, eine WLAN-Verbindung und das Tool WordPress.

Technische Vorgaben:

- Menu: WordPress Menu mit Anchor Links auf der Landing Page zu wichtigen Informationen.
- Landing Page: WordPress mit Gutenberg Agency WP Theme. Nur die Landing Page soll sichtbar sein.

Plakat

Grundlegende Idee:

Die grundlegende Idee des Plakats ist es, den Event "VJ Festival Zürich" an die Zielgruppen zu bringen und dafür zu werben. Es soll im Betrachter Neugier und Freude erwecken und ihn auffordern, am Event teilzunehmen.

SMART Ziele:

Unsere Ziele gestalten wir ganz klassisch nach der SMART Methode. Das bedeutet, spezifische, messbare, attraktive, realistische und terminierte Ziele zu definieren.

1. Ziel

- Das Plakat soll 12 Mal auf dem Sihlcity Gelände ausgestellt werden, um an die Einkäufer/innen und Familien zu gelangen.

2. Ziel

- Wir wollen unsere Plakate in Bahnhöfen im Umkreis von 1 Kilometer um das Sihlcity platzieren, da dort die Wahrscheinlichkeit, dass Pendler welche vorbeigehen es sehen sehr hoch ist.

Zielgruppe:

Direkte --> Familien aller Art

Indirekte --> Plakate erzeugen einen gewissen Streuverlust, daher werden es auch andere Interessenten erblicken. Daher können wir nicht konkret beschreiben wer alles auf unser Plakat aufmerksam wird.

Vorgehensweise:

Als erstes erstellen wir dieses Konzept, welches sie gerade lesen. Anhand der erstellten Ideensammlung und der inspiration des Moodboard können wir mit dem Plakat starten.

Wir erstellen als erstes die Datei und speichern diese natürlich gleich richtig ab. Als nächstes orientieren wir uns an unserer Ideenskizze und erstellen einmal alle darauf vorhandene Elemente. Wir platzieren diese alle genau so, wie wir es vorher skizziert haben. Wenn etwas doch nicht ganz unserer Vorstellung entspricht, passen wir dies an und so geht es weiter, bis wir schliesslich mit unserem Entwurf zufrieden sind. Wir zeigen diesen anschliessend unseren Auftraggebern und nehmen uns ihr feedback zu Herzen. Allfällige Sachen passen wir an und stellen das finale Dokument fertig.

Im nächsten Schritt schauen wir, dass alles richtig funktioniert. Das heisst, der QR Code muss richtig funktionieren, wir haben alle Designvorgaben eingehalten und jede Schrift ist gut leserlich. Für diese Kontrolle drucken wir das Plakat einmal provisorisch aus.

Wenn dann alles passt, schicken wir den offiziellen Druckauftrag an unsere Druckerei und geben ihnen unsere Vorgaben (Anzahl, Auslieferungsdatum usw.).

Wenn die Plakate dann alle an uns ausgeliefert werden, müssen wir uns noch damit beschäftigen, dass sie von den zuständigen Personen an den von uns in den Zielen definierten Orten aufgehängt werden.

Mögliche Risiken und Probleme:

In Produktionsphase:

- Datenverlust
--> Lösung: Als erstes alles richtig abspeichern und mehrfach sichern bzw. ein Backup erstellen. Wir werden die Backups auf OneDrive erstellen und nach jedem Arbeitstag die neuen Daten auf eine Festplatte laden.
- Laptop Ausfall
--> Lösung: Wenn einer von unseren LapTops ausfällt müssen wir auf einen ersatz LapTop zugreifen, welchen wir von zuhause aus mitnehmen müssen.
- Absturz InDesign wegen Updates
--> Lösung: Seit den neueren Updates von Adobe gibt es bei InDesign manchmal Probleme und das Programm stürzt ab. Hierbei gibt es leider keine konkrete Lösung. Man muss einfach regelmässig alle offenen Dateien speichern damit der vorhandene Fortschritt nicht verloren geht.

In Laufphase (wenn das Plakat aufgehängt ist):

- Vandalismus (Zerstörung, Abriss, Graffiti):
--> Lösung: Häufig wird Stadteigentum beschädigt und daher besteht das Risiko auch bei unserem Plakat. Wenn dies Auftritt haben wir dafür gesorgt, mit einigen Ersatz Plakaten dies zu beheben.

Materialliste:

Für das Plakat brauchen wir wie auch für die Landingpage unsere Laptops und eine WLAN Verbindung. Dazu eine externe Festplatte um ein Backup zu erstellen und ein Schnittprogramm. Entweder „Premiere Pro“ von Adobe oder „Final Cut Pro“.

Technische Vorgaben:

- Format: F200 Cityformat
- Abgabe: PDF des Endproduktes.

Unsere Ideensammlung:



Kurzfilm

Grundlegende Idee:

Die grundlegende Idee des Kurzfilms ist es, den Event "VJ Festival Zürich" an die dafür vorgegebenen Zielgruppen zu bringen. Es soll dem Betrachter das Festival direkt näher bringen, mit schönen Aufnahmen der Umgebung wird die Vorstellung des Events bei einem Betrachter gestärkt.

SMART Ziele:

Unsere Ziele gestalten wir ganz klassisch nach der SMART Methode. Das bedeutet, spezifische, messbare, attraktive, realistische und terminierte Ziele zu definieren.

1. Ziel

- Alle Betrachter die unsere Landingpage anschauen werden, sollen den Kurzfilm anklicken.

2. Ziel

- Wir wollen im Zeitraum wo das Video online ist, ca 250 Views auf unser Video erreichen.

Zielgruppe:

Direkte --> Personen, welche auf unsere Landingpage und YouTube unterwegs sind.

Indirekte --> Personen welche zufällig auf das Video stossen, weil sie zum Beispiel verschiedene empfohlene Videos auf YouTube anschauen.

Vorgehensweise:

Wir werden zu Beginn die vorgegebenen Aufnahmen der Umgebung des Sihlcitys sortieren und uns für die passenden Aufnahmen entscheiden. Falls uns Aufnahmen fehlen, können wir auf gewisse Online Anbieter zurückgreifen. Somit haben wir die Möglichkeit von ihnen Videos zu integrieren. Wenn wir die Aufnahmen aussortiert und festgelegt haben, beginnen wir mit dem Rohschnitt. Hierbei ist es wichtig die Aufnahmen in die richtige Reihenfolge zuzuschneiden. Danach wird die Musik ausgewählt. Dieser Schritt betätigen wir vor dem Feinschnitt, weil der Feinschnitt wird auf den Rhythmus der Musik abgestimmt.

Final Phase:

In der finalen Phase folgt die Überprüfung des Videos. Wir schauen es uns gemeinsam nochmals in Ruhe an und achten auf allfällige Anpassungsmöglichkeiten. Wenn das Video final fertig ist, wird es exportiert und auf der Webseite eingebunden.

Mögliche Risiken und Probleme:

In Produktionsphase:

- Datenverlust
--> Lösung: Als erstes alles richtig abspeichern und mehrfach sichern bzw. ein Backup erstellen. Wir werden die Backups auf OneDrive erstellen und nach jedem Arbeitstag die neuen Daten auf eine Festplatte laden.
- Laptop Ausfall
--> Lösung: Wenn einer von unseren LapTops ausfällt müssen wir auf einen ersatz LapTop zugreifen, welchen wir von zuhause aus mitnehmen müssen.
- Absturz Premiere Pro
--> Lösung: Hierbei gibt es leider keine konkrete Lösung. Man muss einfach regelmässig alle offenen Dateien speichern damit der vorhandene Fortschritt nicht verloren geht.

In Laufphase (wenn das Video online ist):

- Ladezeit (Zeit, welche der Browser braucht, um das Video zu starten):
--> Lösung: Das Video möglichst klein halten (wenig GB), damit es schnell lädt.

Materialliste:

Für unseren Kurzfilm brauchen wir unsere Laptops, das Programm Premiere Pro von Adobe und eine stabile WLAN Verbindung. Ausserdem natürlich auch alle Rohdaten das heisst, alle gedrehten Videosequenzen.

Technische Vorgaben:

- Filmdauer: 60-90 Sekunden
- Auflösung: Full HD 1920 x 1080
- Container: .mp4 / .mov (Bitte nur diese Container verwenden)
- Codec: h.264
- Audio: Stereo, -5dB, AAC

Storyboard:

Scene: 1 Dauer:



Beschrieb:

In der ersten Szene sieht man den Eingang des Sihlcity. Das Logo wird ebenfalls darauf zu sehen sein, damit man sofort erkennt um was es geht. Danach verschwindet das Logo und Szene 2 folgt.

Einstellungsgröße: Totale

Scene: 2 Dauer:



Beschrieb:

Einzelne Aufnahmen des Sihlcity folgen, mit prägnanten kurzen Aussagen, welche im Betrachter Neugier erwecken.

Einstellungsgröße: Halbtotale

Scene: 3 Dauer:



Beschrieb:

Mit den verschiedenen prägnanten Aussagen werden alle Zielgruppen angesprochen und sozusagen kurz gezeigt was alles angeboten wird an diesem Event. Hier werden Kinder und Familien gezeigt.

Einstellungsgröße: Verschiedene

Scene: 4 Dauer:



Beschrieb:

Das Essen bzw. die Zusammenkunft wird in einem passenden Videoausschnitt gezeigt.

Einstellungsgröße: Totale (evt. Nahaufnahme)

Storyboard:

Scene: 5 Dauer:



Beschrieb:
Es wechselt auf Nacht. So wollen wir zeigen, was wir am Abend anbieten.

Einstellungsgröße: Totale

Scene: 6 Dauer:



Beschrieb:
Wir zeigen wieder kurze Ausschnitte der Nacht, und den Menschen mit Kopfhörern und Musik.

Einstellungsgröße: Verschiedene

Scene: 7 Dauer:

Kommen Sie vorbei und erleben Sie gute Laune hautnah!
(Datum)

Beschrieb:
Aufruf an die Betrachter, am Festival teilzunehmen.

Einstellungsgröße: Totale

Scene: 8 Dauer:

(Logos unserer Sponsoren)

Beschrieb:
Es wechselt auf Nacht. So wollen wir zeigen, was wir am Abend anbieten.

Einstellungsgröße: Totale

Zeitplan

		04 vormittag	04 nachmittag	07 vormittag	07 nachmittag	10 vormittag	10 nachmittag
Plakat	Grobes Layout						
	Farben und Bilder bestimmen						
	Feinarbeit						
	Mit Anforderungen abgleichen						
	Kontrollphase						
	Zeitpuffer für anfallige Korrekturen, Risiken						
Kurzfilm	Auswahl der vorgegebenen Aufnahmen						
	Videos von Online Anbieter herausuchen						
	Reihenfolge der Videos bestimmen						
	Rohschnitt auf Premiere Pro						
	Musik bestimmen						
	Feinschnitt						
	Kontrollphase						
Zeitpuffer für anfallige Korrekturen, Risiken							
Landingpage	Aufsetzung Wordpress						
	Theme einrichten						
	Content-Blöcke plazieren						
	Content-Blöcke mit Inhalt füllen						
	Responsive design erarbeiten						
	Kontrollphase						
	Zeitpuffer für anfallige Korrekturen, Risiken						
	Abgabe Projektdokumentation						
Alle Daten beziehen sich auf den März 2022							

