

Agentur Rainbow

The printable version is no longer supported and may have rendering errors. Please update your browser bookmarks and please use the default browser print function instead.

Agentur Rainbow

Art der Methode	Programmidee
Stufe	GuSp
Schwerpunkt	Schöpferisches Tun
Schlagwörter	Erlagschein, Fahrplan, Interview, Werbung
Gruppengröße	Kleingruppe, mehrere Kleingruppen
Vorbereitungsaufwand	2: normal
Dauer	
Ort	drinnen, draußen
Autor*in	Andrea Hazivar (4anaund 2004)
Status	Zur Prüfung
Letzte Änderung	am 11. 3. 2024 von Josef.Boeckle.
Export	PDF



Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung

Material

Detailbeschreibung

Ziel

Beschreibung

 Einstieg

 Hauptteil

 Ausstieg

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmer*innen haben gemeinsam an einer Werbekampagne mitgewirkt, können mit Erlagschein, Fahrplan etc umgehen.

Material

- Namensschilder
- 1 großes Kuvert pro Patroulle
- div. Angaben
- Kärtchen mit Methoden
- Papier
- 3 Zeichenblöcke A3
- Viele verschiedene bunte Stifte
- Aufnahmegerät
- Verkleidung für die div. Personen
- Beispiele für Werbeslogans
- Plakate
- Fahrpläne
- Mehrere Lexika
- Kuvertinfo Adresse WWFZuschlag des WWF
- WWF-Gimmicks
- Namensschild für Direktor, Assistenten, Verkleidung: cooles Sakko, eventuell Rainbow-Kapperl

Detailbeschreibung

Agentur Rainbow ist eine Programmidee zum Thema Werbung.

Ziel

Sie haben gemeinsam an einer Werbekampagne mitgewirkt, können mit Erlagschein, Fahrplan etc umgehen.

Beschreibung

Diese PIK8-Idee entstand als "*Regentropfen*" für das 4anaund 2004 (NÖ-Landeslager) und verbindet die Herausforderungen "Kannst du mit Fahrplan, Lexikon, Telegramm, Erlagschein, einem Rezept umgehen" (aus: Verantwortungsbewusstes Leben in der Gemeinschaft) und "Dichte Werbetexte und Illustriere sie" (aus: Schöpferisches Tun). Die Agentur, die für den World Wide Fund For Nature Österreich (WWF) eine Werbekampagne ausrichtet trägt den Namen Rainbow, Regenbogen, insbesondere Wasser, Gewässer eines der Themen, für die

sich der World Wide Fund For Nature Österreich (WWF) einsetzt.

Inhalte

Werbung, Umweltthemen wie Artenschutz, Treibhauseffekt, Tierschutz etc.

Rahmengeschichte

Patrullen sind Teams einer Werbeagentur, die an einer Ausschreibung für die Gestaltung der World Wildlife Found Österreich (WWF)-Kampagne "4diFisch und andere Viecher" teilnimmt.

Einstieg

Begrüßung durch den Direktor der Werbeagentur "Rainbow", die Agentur mit den bunten Ideen: Direktor erklärt kurz seinen Plan, dass die Agentur nun durch die einzelnen Teams an der Ausschreibung für die neue World Wildlife Found Österreich (WWF)-Kampagne "GreenRain" teilnimmt. Frage an die GusP: was wisst ihr über den WWF?

Spiel

Da die Teams der Agentur aus kreativen Köpfen bestehen, beginnen sie jeden Tag mit einem Spiel, das zum Thema passt. Bei World Wildlife Found Österreich (WWF) geht es ja um Tiere, die Natur, sodass der heutige Tag mit dem Spiel "Eisbär und Pinguin" (Frage: gibt es diese Tiere in Österreich? wo lebt der Eisbär, wo der Pinguin? Können die beiden jemals zusammenkommen?) begonnen wird.

Wahl des Werbemittels

Die Teams haben nun die Möglichkeit eine Werbemethode auszuwählen (Plakat, Radio, Zeitung, TV/Kinospot). Wichtig ist, dass die Teams sich für einen Hauptwunsch und eine Alternative entscheiden. Ihre Entscheidung teilen sie dem Assistenten mit. M: Aufgabentext, Kärtchen, Beispiele für Werbung (Die Anzahl der einzelnen Methoden hängt vom vorhandenen Material ab, sollte gemischt sein, bei Überschneidungen Entscheidung im Kernettenrat)

Telegramm

nun müssen die Teams dem World Wildlife Found Österreich (WWF) mitteilen, welche Methode sie gewählt haben, indem sie World Wildlife

Found Österreich (WWF) ein Telegramm schicken:M: Telegramm, Stifte, ev. Adresse: (Die Älteren: morsen) P: Post

Hauptteil

Vorbereitung/Thema

wie jede andere Agentur müssen sich die Teams zuerst einmal mit dem Thema der Werbekampagne auseinandersetzen. Dazu sollen sie folgende Begriffe im Lexikon nachschlagen: Artenschutz, Regenbogen, Regenwald, Gewässer, Evolution, Urwald, NationalparkM: Lexika, Papier, Stifte, schriftl. Aufgabe

Interview

Bevor ihr beginnt, ist es wichtig zu wissen, was die Leute denken, wenn sie die einzelnen Begriffe hören. Befragt 2 (die Älteren 4) Personen.

Werbeslogan

und jetzt geht's los: Die Vorbereitungen sind abgeschlossen, nun können die Teams mit der Gestaltung ihres Werbeslogans beginnen. Dazu haben sie Zeit bis xy, dann Begutachtung durch den Direktor, der dann je nach Zeit und Alter der Teams noch eine Änderung anregen kann, Die Übergabe der Slogans an den Boten muss bis xy erfolgen.M: AufgabeRadio: Cassettenrecorder, Stifte, PapierTV: SketchPlakat/Zeitung/Internetbanner: Papier, Stifte, Check durch den Direktor (der immer von seinem Assistenten unterstützt wird). hier kann die Dauer des WS noch ein wenig je nach verbleibender Zeit gesteuert werden (bessere Gestaltung der Slogans, etc.)wenn OK, dann: muss der Slogan verschickt werden.Info: 1 großes Kuvert/Patrulle, Stift,, WWF Österreich, z. Hd. Leiter der Marketingabteilung Alex Buchinger, Ottakringer Str. 114, 1160 Wien Kuvert richtig beschriften, wenn ok Info von Ass: das Kuvert muss nun von einem Boten zu World Wildlife Found Österreich (WWF) Österreich gebracht werden. Dieser ist vorher mit Erlagschein zu bezahlen, Kosten: € 43,-.M: Erlagschein, StiftP: Ass., Bank Übergabe an Boten. Dieser kennt den Weg nicht, Teams müssen optimale Verbindung auf Fahrplan nachsehen.M: FahrplanP: BoteWenn ok, Übergabe an Bote

Ausstieg

Präsentation

Direktor lobt Teams, dass alle die Unterlagen rechtzeitig abgeschickt haben, die Teams so kreativ waren und die Frist eingehalten werden konnte. Nun ist endlich Gelegenheit, dass alle sich die Vorschläge ansehen können, am Ende der Präsentationen sollte die Information über das Ergebnis vorliegen. Der Direktor hat daher alle Mitglieder der Firma eingeladen, sich die Werbeslogans anzusehen. Teams präsentieren ihre Slogans: Spot: als Sketch darstellen. Plakat: kurze Erklärung des Teams, Assistent bringt dem Direktor ein Telegramm: Direktor liest. Hurra, die Rainbow Agentur hat den Zuschlag erhalten. Als Dankeschön erhält jedes Team eine Bestätigung von World Wildlife Found Österreich (WWF).

Personen

- Direktor
- Assistent
- Postschalterbeamter (für Telegramm), Bank für Erlagschein
- Bote

Am Schluss lauschen alle Leiter*innen den Präsentationen der Patrullen

Die Teilnehmer*innen haben gemeinsam an einer Werbekampagne mitgewirkt, können mit Erlagschein, Fahrplan etc umgehen.

Das ist eine GuSp- Ideensammlung genannt **ProgrammIdeenKartei** zu einzelnen Programmpunkten der **8** Schwerpunkten der Pfadfinder*innen.