

PRODUKT KONZEPT

STADT BERN | ABFALLTRENNUNGS KAMPAGNE

FABIO STUBER & SAMIRA PULFER

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1. PLAKAT.....	3
2. VIDEO.....	4
3. LANDINGPAGE.....	5

1. PLAKAT

Ziel:

Die Aufmerksamkeit der Bevölkerung auf die Abfalltrennungskampagne lenken und zum Nachdenken anregen.

Zielgruppe:

Alle Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Bern, unabhängig von Alter, Geschlecht, Bildung oder sozialem Status.

Bild:

Eine PET-Flasche auf weissem oder Farbigem hintergrund

Text:

Ein kurzer, prägnanter Text, der die Botschaft der Kampagne vermittelt. Beispielsweise: "I ghöre nid ids Plastik; Ig bi PET"

Call-to-Action:

Ein Handlungsaufwurf, der die Bevölkerung dazu auffordert, sich über die Kampagne zu informieren. Beispielsweise: "Mehr erfahren unter: www.bern.ch/abfalltrennung"

2. VIDEO

Ziel:

Die Bevölkerung über die Bedeutung der Abfalltrennung informieren und motivieren, ihren Abfall korrekt zu trennen.

Zielgruppe:

Alle Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Bern, unabhängig von Alter, Geschlecht, Bildung oder sozialem Status.

Story:

Eine Geschichte, die die Bedeutung der Abfalltrennung veranschaulicht.

Jemand schmeisst eine PET-Flasche zu den ALU-Dosen. Eine Hand kommt aus den ALU-Dosen heraus und schmeisst der Person die Petflasche hinterher und zeigt danach auf PET. sie soll die flasche am richtigen ort entsorgen.

Danach zeigen wir viele Mülltonnen mit ab und zu einer Hand, die aus dem Abfall kommt.

Danach kommt der titel entsorge den müll am richtigen ort.

Bilder und Musik:

Bilder und Musik, die die Geschichte unterstützen und emotional ansprechend wirken.

Call-to-Action:

Ein Handlungsaufruf, der die Bevölkerung dazu auffordert, ihren Abfall korrekt zu trennen. Beispielsweise: "Trennen Sie Ihren Abfall! Für eine saubere Umwelt."

3.LANDINGPAGE

Ziel:

Die Bevölkerung über die Kampagne informieren und ihr Wissen über die korrekte Abfalltrennung vertiefen.

Zielgruppe:

Alle Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Bern, unabhängig von Alter, Geschlecht, Bildung oder sozialem Status.

Inhalt:

- Eine kurze Einführung in die Kampagne
- Informationen über die Bedeutung der Abfalltrennung
- Eine Anleitung zur korrekten Abfalltrennung
- Links zu weiteren Informationen und Ressourcen

Design:

- Ein ansprechendes Design, das die Aufmerksamkeit der Besucherinnen und Besucher auf sich zieht
- Eine einfache Navigation, die die Besucherinnen und Besucher schnell zu den gewünschten Informationen führt

Call-to-Action:

Ein Handlungsauftrag, der die Besucherinnen und Besucher dazu auffordert, ihren Abfall korrekt zu trennen. Beispielsweise: "Teilen Sie Ihre Tipps zur korrekten Abfalltrennung auf Social Media!"