

Wie viele Sklaven arbeiten für dich? – Konzept

Grundidee meines Projektes ist es, durch die Einbindung des Nutzers ein grösseres Verständnis für das Thema hervorzurufen. Die Entscheidung, ein Quiz zu erstellen, kam Spontan, als wir uns im Büro für das WM-Quiz anmelden konnten. Jeder kann, wenn er möchte daran teilnehmen.

Das gleiche Prinzip ist auf mein Quiz anzuwenden. Um dem Nutzer das Thema näher bringen zu können, brauchte ich einen einfachen und verständlichen Weg. Mit meinen Fragen, versuchte ich einen realen Bezug vom Produkt zum Menschen herzustellen. Einkaufen zum Beispiel, muss jeder irgendwann mal. Das selbe gilt für Kleidung. Jeder besitzt sie. Manche haben weniger davon, manche haben mehr.



ren möchte. Hierzu stelle ich ihm direkt nach dem Quiz Informationen zum Thema zur Verfügung, wo er sich über das Thema informieren kann.

Das Ende des Quiz bildet das Ergebnis der Anzahl von Sklaven die für einem arbeiten und der «Spende-Button», wo man direkt eine Spende abgeben kann.

Im Design war mir wichtig, dass das Thema stark herunter gebrochen wird. Es gibt genug Beispiele, mit schlimmen Bildern. Sowieso wird die Bevölkerung von schlechten und schlimmen Nachrichten überflutet. Ich möchte mit meinem Quiz das Thema an sich nicht beschönigen sondern aus einer neutraleren Sicht darstellen. Der Nutzer soll ein Gespür für seinen Konsum bekommen und erfahren, was die Konsequenzen davon sind. Durch das schlichte Design – farblich angelehnt an die Amnesty-Farben – liegt der Fokus in der eigenen Überlegung. Jeder ist gezwungen, sich Gedanken über seinen Konsum und Verbrauch zu machen.

Die Typo ist dominant und doch schlicht gehalten. Sie springt einem ins Auge. Durch die verschiedenen Schriftgrößen, werden die wichtigen Wörter hervorgehoben und ausgezeichnet. Das Zusammenspiel von Gelb als Signalfarbe und Schwarz als neutrale Grundfarbe bilden die perfekte Basis.



Es war mir wichtig, dass ich Themenbereiche wähle, die für jeden verständlich und nachvollziehbar sind. Jeder sollte sich damit identifizieren können. Und schlussendlich sollte das Quiz auch zum Nachdenken anregen. Vielleicht achtet man sich beim nächsten Einkauf etwas mehr darauf, wie und was man wieso einkauft und ob es tatsächlich nötig ist. So kann ich einen direkten Draht zum Nutzer herstellen und ihn so auf das Thema sensibilisieren.

Mein Quiz sollte aber nicht nur «spass» machen. Es war mir wichtig, dass sich der Nutzer danach auch für das Thema interessiert und mehr darüber erfah-