

Drei mögliche Massnahmen:

- Website mit genügend SEO/SEA für Infos über den Bau und Standortbestimmungen nach 15 Jahren.
- Community mit regelmässigen Architech-Talks mit starker Positionierung von Beat Rothen und der Ninck-Überbauung, angefangen mit einem Jubiläumsfest.
- Tetris-Game zur Veranschaulichung der individuellen Integration in die Umgebung des Ninck-Areals.

Gewählte Massnahme: Game!

Das vor 15 Jahren fertiggestellte Ninck-Areal vom Architekten Beat Rothen glänzt durch seine Integration in die bestehende Umgebung, und verändert durch Verschiebbare, farbige Fassadenelemente sein Aussehen auf eine natürliche Art, nämlich durch das Verhalten der Mieter und Eigentümer. Zum 15. jährigen Jubiläum des Ninck-Areals releasen wir eine Neuinterpretation eines altbekannten Spiels, welches diese Eigenschaften des Ninck-Areals widerspiegelt:

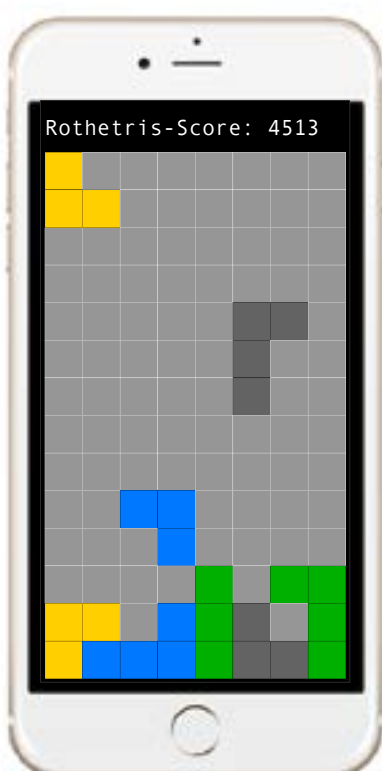
Rothetris!

Verschiedenfarbige herunterfallende Formen, welche an die Grundrisse der Bauten erinnern, müssen farblich jeweils entweder vier Quadrate horizontal, vertikal oder Quadratisch angeordnet ergeben, damit diese verschwinden und Platz für weitere Formen machen. -> siehe Mockup

In diesem Spiel gilt es, bestimmte Punktezahlen zu erreichen, um Leistungen zu erhalten. Diese reichen von Führungen durch die Überbauung, über Bauberatungen zu Vorträgen vor ausgewähltem Publikum.

Der Release des Spiels wird online auf verschiedenen Fachplattformen, in Fachzeitschriften und an Hochschulen/Universitäten kommuniziert.

Diese Massnahme ist eine Ergänzungsmassnahme, welches natürlich ohne weitere Massnahmen wie zum Beispiel ein Jubiläumsfest, eine Website etc. nicht genügend reichweite erzielt! Es geht darum, auch ein mittelalterliches, nostalgisches und jüngerer Publikum für den Ninck-Bau zu begeistern.



Rothetris

links wischen, um Form nach links zu bewegen

rechts wischen um Form nach rechts zu bewegen

runter wischen um form schneller ans Ziel zu bringen

tippen um die Form im Uhrzeigersinn zu drehen

Nach Erreichen einer gewissen Punktzahl wird der Spieler über ein pop-up «WINNER» über den Gewinn informiert, zu dessen Einlösung er sich (kostenlos) registrieren muss. Somit sammelt Beat Rothen viele wertvolle Kontaktdaten für Newsletters.