

Der Freelance-Contest

Alle drei Jahre findet der «Freelance-Contest» statt. Informationen zur nächsten Ausgabe siehe [Website > Rubrik Contest](#). Schulteams der Sekundarstufe I erarbeiten Plakatideen und reichen diese ein. Eine Fachjury unter Einbezug von Jugendlichen wählt die besten Arbeiten pro Themenbereich aus. Die Gewinnerteams präsentieren dann in Grafikateliers, in Werbeagenturen oder Grafikfachklassen ihre Ideenskizzen, die im Anschluss von lernenden Grafikerinnen und Grafikern weiterentwickelt und umgesetzt werden.

Einsatz der Unterrichtsmodule

- Bevor die Schülerinnen- und Schülerteams anhand der Contest-Hilfsmittel Botschaften in Wort und Bild erarbeiten, empfehlen wir eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den ausgewählten Themen mittels der Unterrichtsmodule (Digitale Medien oder Tabak-Alkohol-Cannabis). Sie bieten im Unterricht die Möglichkeit, sich vertieft mit verschiedenen Aspekten eines Themas auseinander zu setzen.
- Eine Plakatidee zu erarbeiten, ohne sich vorher vertieft mit dem Thema auseinandergesetzt zu haben, ist wenig zielführend. Oft entstehen dann relativ «flache» und meist nur problemorientierte Ideen, die wenig Chance auf eine Weiterentwicklung und Realisation haben.

Sinn des Wettbewerbs

- Das Erstellen von Bild-Text-Kombinationen ist ein Mittel zur Lernziel-sicherung sowie zur Förderung der Nachhaltigkeit: Die Jugendlichen beschäftigen sich intensiver mit den Themen und entwickeln Bot-schaften für Gleichaltrige (Peer-Kommunikation).

Zusatznutzen

- Neben der aktiven Auseinandersetzung mit den Themenkomplexen Digitale Medien oder Tabak-Alkohol-Cannabis, lernen die Jugendlichen, wie Kommunikation gestaltet wird. Dadurch erwerben sie eine Grund-kompetenz, um Werbebotschaften zu entschlüsseln, bewusster wahr-zunehmen und zu reflektieren.

Herausforderung

- **Lösungs- statt problemorientierte Botschaften entwickeln.**
Jugendliche neigen in der Entwicklung von Ideen oft zum Dramatisie-ren, in dem die Problematik auf möglichst emotionalisierende Art und Weise dargestellt wird.
- Ein Problem ist relativ schnell erkannt – und jetzt? Diese Frage gilt es zu beantworten, wie auch die Frage nach vorbeugenden Aspekten. Die Jugendlichen werden mittels Arbeitsdossier angeleitet, wie sie lösungs-orientierte Botschaften entwickeln können.

Idee und Realisation

- Es werden Ideen von Bild-Text-Kombinationen gesucht. Die Entwürfe können auch von Hand erarbeitet werden. Im Zentrum steht die Idee und nicht die technische Umsetzung.

Hilfsmittel

- Den Zeitressourcen und Lernvoraussetzungen entsprechend stehen aufeinander abgestimmte Module für den individuellen Einsatz zur Verfügung:

A. Einleitung und Planungsgrundlagen für Lehrpersonen

B. Power-Point für die Erläuterung des Contests in der Klasse

C. Leitfaden für die Ideenentwicklung

D. Leitfaden für fotografische Umsetzungen

E. Leitfaden für illustrative Umsetzungen

F. Tipps und Stilmittel für Slogans und Headlines

G. Aufbau und Wirkung eines Plakates (inhaltlich und formal)

H. Qualitätskriterien eines Plakates

Verwendung der Plakatumsetzungen

- Die prämierten und umgesetzten Ideen werden zu Präventionszwecken wie z.B. Plakatkampagnen im öffentlichen Aushang, als Kartensets, in Broschüren, als Rollup-Displays, in der Jugendagenda usw. eingesetzt.

Contest-Preise und Freelance Award

- Alle Teams, die Ideen einreichen, erhalten einen Mitmachpreis.
- Der eigentliche Hauptpreis für die prämierten und realisierten Sujets ist deren Publikation in Form grossformatiger Plakate, als 10-Sekunden-Clips (Cinémotion, TrafficMediaScreens) usw.
- Ferner erhalten alle Teams, deren Ideen umgesetzt wurden, am «Freelance-Award» zusätzliche Preise