



WAS IST CAESARINO?

Caesarino - dem OÖ Nachwuchspreis zur Anerkennung und Förderung junger Kreativer

WAS IST DIE AUFGABENSTELLUNG - THEMA 2015?

Virtual World – Ideen einer virtuellen Realität

WAS WAR DIE AUFGABENSTELLUNG - THEMA 2014?

Energie

WELCHE BEWERTUNGSKLASSEN GIBT ES?

BEWERTUNGSKLASSE 1 – BERUFSSCHULE Berufsschüler/innen der Lehrberufe Medienfachmann/-frau, Mediendesign, Medientechnik, Marktkommunikation und Werbung, Drucktechniker/in, Druckvorstufentechniker/in, Fotograf/in
Kategorien: Print, Film/Audio, Online/Interactive

BEWERTUNGSKLASSE 2 – HTL1 BAU UND DESIGN Schüler/innen der HTL1 Bau und Design Linz
Kategorien: Print, Outdoor, Film/Audio, Online/Interactive

BEWERTUNGSKLASSE 3 – OBERSTUFE Schüler/innen der BHS und AHS Oberstufe (außer HTL1 Bau und Design)
Kategorien: Print, Film/Audio, Online/Interactive

BEWERTUNGSKLASSE 4 – FREESTY Schüler aus ganz Österreich
Kategorien: Hier ist alles erlaubt, was dir zum Thema VIRTUAL WORLD einfällt, allerdings darfst du keine Gruppenarbeit einreichen.

WELCHE BEWERTUNGSKLASSE SIND WIR?

BEWERTUNGSKLASSE 2

WELCHE EINREICHKATEGORIEN GIBT ES?

Print, Outdoor, Film/Audio, Online/Interactive

WIE MÜSSEN DIE DATEN AUFBEREITET SEIN?

PRINT Klassische Printprodukte wie Plakate, Folder, Broschüren, Logos, Anzeigen oder Flyer

OUTDOOR

Aufregende Werbeideen, die im urbanen Umfeld für Aufmerksamkeit sorgen und jeden begeistern, der daran vorbeigeht. Das können klassische Werbeformen wie Plakate, Rollingboards, Aufkleber und Citylights sein, oder du entwickelst ganz neue Werbemöglichkeiten, die so auf der Straße noch nicht zu sehen waren.

FILM/AUDIO

Werbespots für Radio, Kino oder TV, Web-Movies und Imagefilme bis 5 Minuten

ONLINE/INTERACTIVE

Alles für den Screen: Flash-Banner, komplette Websites, Games oder Social-Media-Ideen

BIS WANN MÜSSEN WIR EINREICHEN?

Bis Donnerstag, 30. April 2015 unter www.caesarino.at

VIRTUAL WORLD

Können Sie Ihre Kinder schützen?

Das Internet und alle Arten von Medien, die uns Zugang dazu verschaffen, entwickeln sich in einem rasend schnellen Tempo. Was für jüngere Generationen ein undenkbarer Teil des Lebens ist, ist für Ältere zum Teil immer noch Neuland. Das Internet erleichtert uns das Leben in vielen Bereichen und trotzdem müssen wir mit latenten Gefahren rechnen. Vor allem sollten Jugendliche vor den Gefahren geschützt werden.

WAS SIND DIE GEFAHREN?

• Sexuelle Belästigung

Besonders junge Mädchen und Jungen sind betroffen. Es gibt oft Fälle von sexueller Belästigung und sexuellen Missbrauch mithilfe des Internets. Dessen schützende Anonymität macht es einfacher an Jugendliche und Kinder heranzukommen. Im Deutschen hat sich der spezielle Begriff »**Cyber-Grooming**«, für Fälle in welchen Erwachsene Minderjährige zu pornografischen Aufnahmen drängen und/oder mittels des Kontakts im Internet in der realen Welt an sie herankommen, eingebürgert.

Eine weitere Gefahr stellt das »**Sexting**« dar. Hierbei agieren viele Jugendliche meist aus eigenem Willen beim Tausch von Nachrichten mit sexuellem Inhalt oder pornografischen Bild- und Videomaterial des eigenen Körpers. Dies geschieht mittels Instant-Messaging-Anwendungen (Whatsapp, Facebook, SMS, MMS...). Das Problem hierbei ist, dass man die Kontrolle über jede Veröffentlichung verliert sobald es online ist. Auch gibt es viele Fällen in den Menschen mit jenem Bild -, Video- oder Nachrichtenmaterial erpresst oder gedemütigt werden, dies kann verheerende Folgen für die Opfer haben.

• Cyber-Mobbing

Cyber-Mobbing ist mittlerweile ein weitverbreitetes Phänomen, neben Erwachsenen sind besonders Jugendliche und Kinder betroffen. Die Anonymität des Internets hat einen verlockenden Reiz und hemmt die Schwelle zur Aggressivität mit der entwürdigt, bloßgestellt oder ausgelacht wird. Chats und Soziale Netzwerke sind beliebte Portale in denen immer mehr Mobbingtäter zuschlagen. Cyber-Mobbing bedeutet Belästigung, Bedrängung und Nötigung von Menschen. Dies kann die Psyche des Opfers erheblich schaden: von Depression bis hin zu Suizid Fällen.

VORHABEN & ZIEL

Eine Print Kampagne soll auf provokante Weise die Aufmerksamkeit der Eltern auf dieses Thema lenken.

Die Kampagne soll aus Citylights, Plakaten und Rollingboards im urbanen Umfeld bestehen. Sie weist auf Telefon- und Online-Beratungsstellen bei denen sich Eltern informieren oder Rat und Hilfe bekommen können.

Die Grundidee besteht daraus, eine für Smartphone typische Nachrichtenblase zu benutzen, in dem eine provokante oder unmoralische Aufforderung/Beleidigung plakativ dargestellt wird.

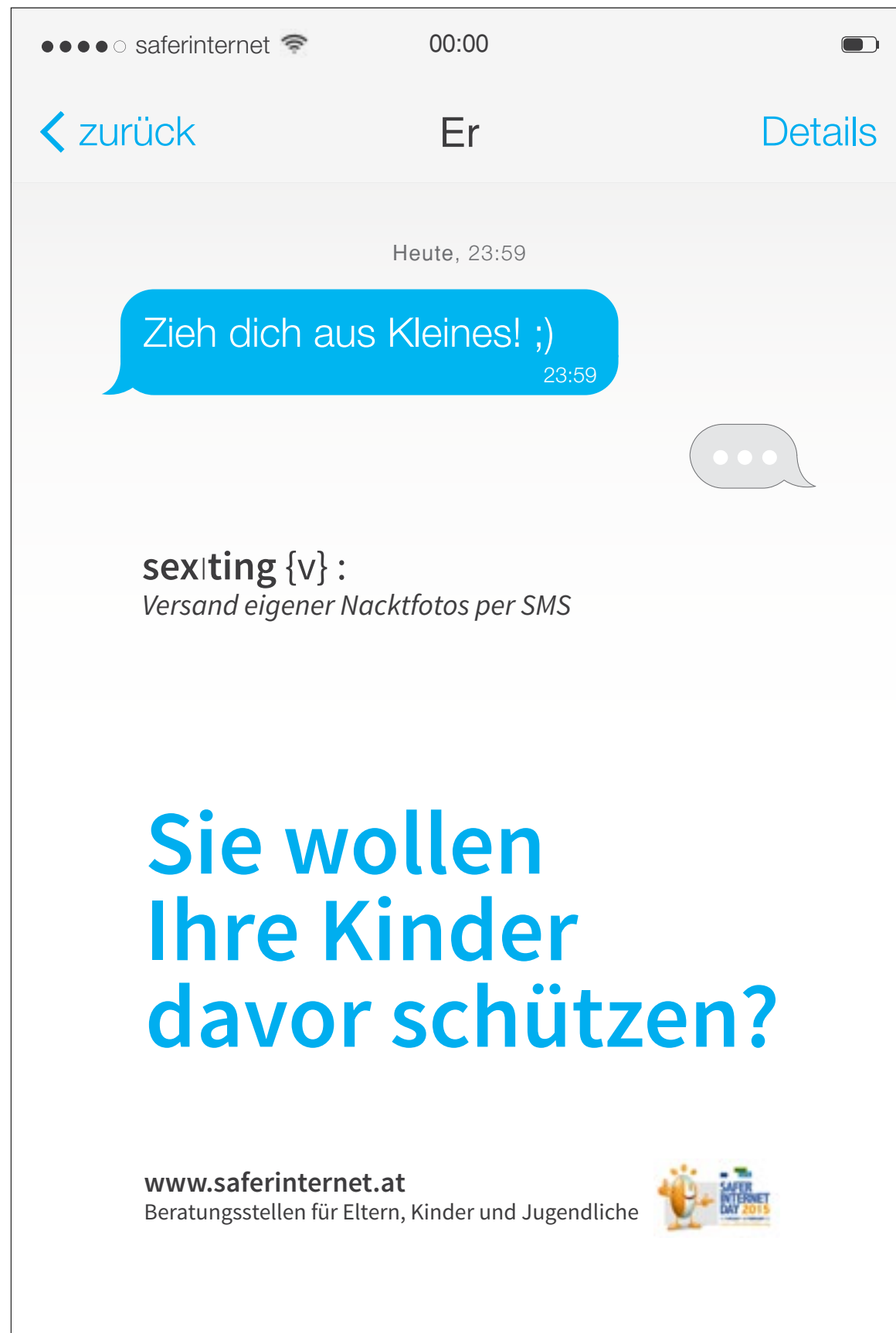
Dies soll die Aufmerksamkeit auf sich ziehen und somit zur Kernaussage sprich »Gefahren des Internets« hindeuten. In der Aussage soll es klar erkennbar sein, dass sich die Kampagne auf die Kind-Eltern Beziehung bezieht.

QUELLEN:

LOGO & BEZUGSPUNKT: www.saferinternet.at

ABBILDUNG 1: http://payload217.cargocollective.com/1/13/423999/6647140/city-light-poster_1900.jpg, abgerufen am 21.April 2015

ABBILDUNG 2: <http://www.p-s-g.at/produkte/rolling-board/>, abgerufen am 21.April 2015

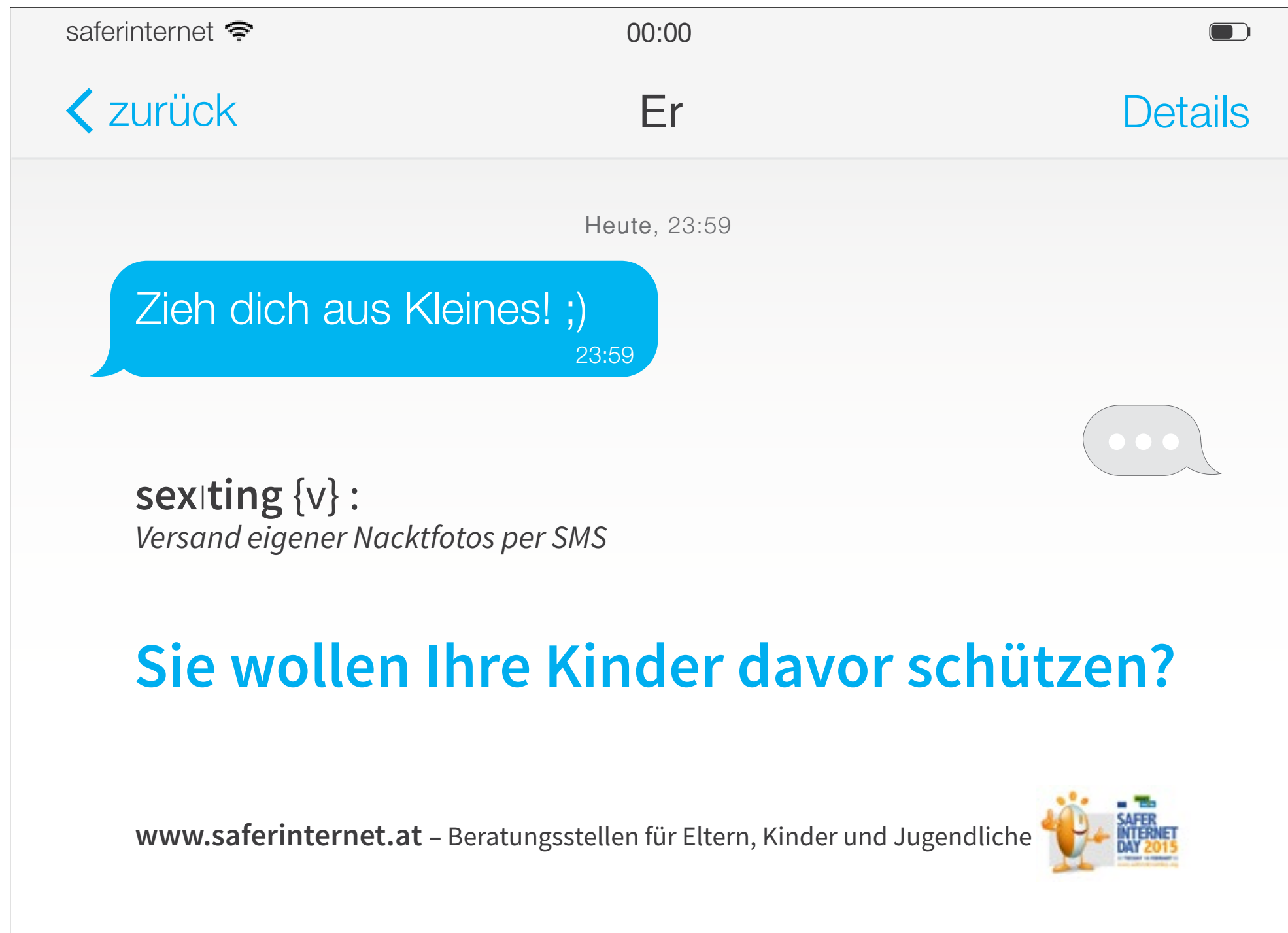


SEXTING

Von oben hin nach unten verschimmt das Design in einem Verlauf vom Smartphone Interface zum Plakat.

www.saferinternet.at ist eine reale Website, die sich genau mit diesem Thema befasst. Sie soll als Auftraggeber und Ansprechpartner dieser Kampagne dienen.

Verwendete Fonts für das Design:
Helvetica Light 45
Source Sans Regular, Semibold



CYBER-MOBGING



BEISPIEL: CITYLIGHT & ROLLINGBOARD

