



traffic-clip

STORYBOARD CONTEST

Auftrag - Konzept - Idee - Storyboard

Team:

(max. 4 Mitglieder pro Team)

Teamname (Phantasiename)

Vorname

Name

Klasse

Schule:

Schulhaus

PLZ/Ort

Vorname/Name
Lehrperson

E-Mail
Lehrperson



Professionelle Gestalterinnen und Gestalter gehen nach einem bestimmten Plan vor, wenn sie Storyboards für Video-Clips entwickeln. Dieser Plan hilft ihnen, ihre Ideen wirkungsvoll umzusetzen. In ähnlicher Weise geht ihr nun auch vor! Arbeitet dieses Arbeitsdossier Punkt um Punkt durch. Dazu braucht etwas Durchhaltewillen, aber es lohnt sich. Ihr könnt eure Botschaften gezielter formulieren und aussagekräftig gestalten.

Was ist ein Storyboard

Ein Storyboard ist die Aufzeichnung einer Szenenabfolge in einem Film. Dabei werden die einzelnen Szenen grob skizziert und durch stichwortartige Anmerkungen ergänzt. Bei den Skizzen wird bereits überlegt aus welchem Blickwinkel (Perspektive) eine Szene gezeigt werden soll und wie durch eine geschickte Kameraeinstellung (Zoom, Totale usw.) Spannung erzeugt und die Aufmerksamkeit gebunden werden kann.

Go! Nun ist eure Kreativität gefragt – und gute Ideen! Viel Erfolg!

Noch ein Tipp: Dieses gesamte Arbeitsdossier wird bei der Bewertung eurer Ideen und der Gestaltung der «traffic-clips» berücksichtigt. Führt eure Eintragungen sauber und leserlich aus! Bestimmt jemanden in eurer Gruppe, welche oder welcher das Dossier führt und die schriftlichen Eintragungen vornimmt.



Ein «**Traffic-Clip**» gestalten? «Traffic-Clips» sind 10-Sekunden-Videoclips, die in Postautos, Bus und Trams an den Bildschirmen gezeigt werden. Bevor ihr nun ans Werk geht, müsst ihr natürlich genau wissen, was zu tun ist und was erwartet wird. In der Fachsprache nennt sich das Auftragsbriefing. Das braucht etwas Geduld. Am liebsten würde man gleich mit dem Entwurf loslegen, aber es lohnt sich zuerst die wichtigsten Punkte zu klären. So könnt ihr danach viel zielgerichteter eure Idee erarbeiten.

Aufgabe

Entwickelt eine Botschaft zum Thema Rasen und setzt diese in einem «**Traffic-Clip-Storyboard**» um. Konkret heisst dies, dass ihr eure Botschaft in Form einer Szenenabfolge mit Skizzen und einer stichwortartigen Kurzbeschreibung aufzeichnet. Wichtig sind eure Einfälle: Was enthält eure Botschaft und wie wollt ihr sie darstellen?

Ziel und Absicht

Es soll auf die Problematik des Rasens aufmerksam gemacht – und gleichzeitig der Vorteil des Nicht-Rasens hervorgehoben werden. Das ist ein hoher Anspruch. Probleme aufzeigen, in dem man sie einfach darstellt und warnend mit einem Text darauf aufmerksam macht, ist relativ einfach und schon oft gesehen. Wirksamer und kreativer hingegen ist, auf eine andere Art versuchen, auf das Problem hinzuweisen und zu vermitteln, dass es viel «cooler» ist, nicht zu Rasen oder sich unnötigen Risiken hinzugeben.

Ablauf

1. Konzept

Zuerst ist das Hirn gefordert! Am Anfang jeder guten Idee steht das Denken. In unserem Fall sind es die so genannten konzeptionellen Überlegungen. Konzipieren stammt aus dem Lateinischen (concipere) und bedeutet auffassen, erfassen, begreifen, empfangen, sich vorstellen. Hier soll bestimmt werden, an welche Personengruppe ihr euch richtet, welches Thema ihr aufgreift und auf welche Art ihr es vermittelt.

2. Entwurf/Idee

In dieser Phase könnt ihr eurer Kreativität so richtig freien Lauf lassen. Bild- und Textideen sollen entwickelt und aufeinander abgestimmt werden, bis eine starke «Message» (Botschaft) entsteht.

3. Storyboard

Habt ihr euch auf eine Idee beziehungsweise auf eine Szenenabfolge einigen können, beschreibt und zeichnet den definitiven Vorschlag auf. Dieser wird dann von der Jury zusammen mit diesem Dossier bewertet.

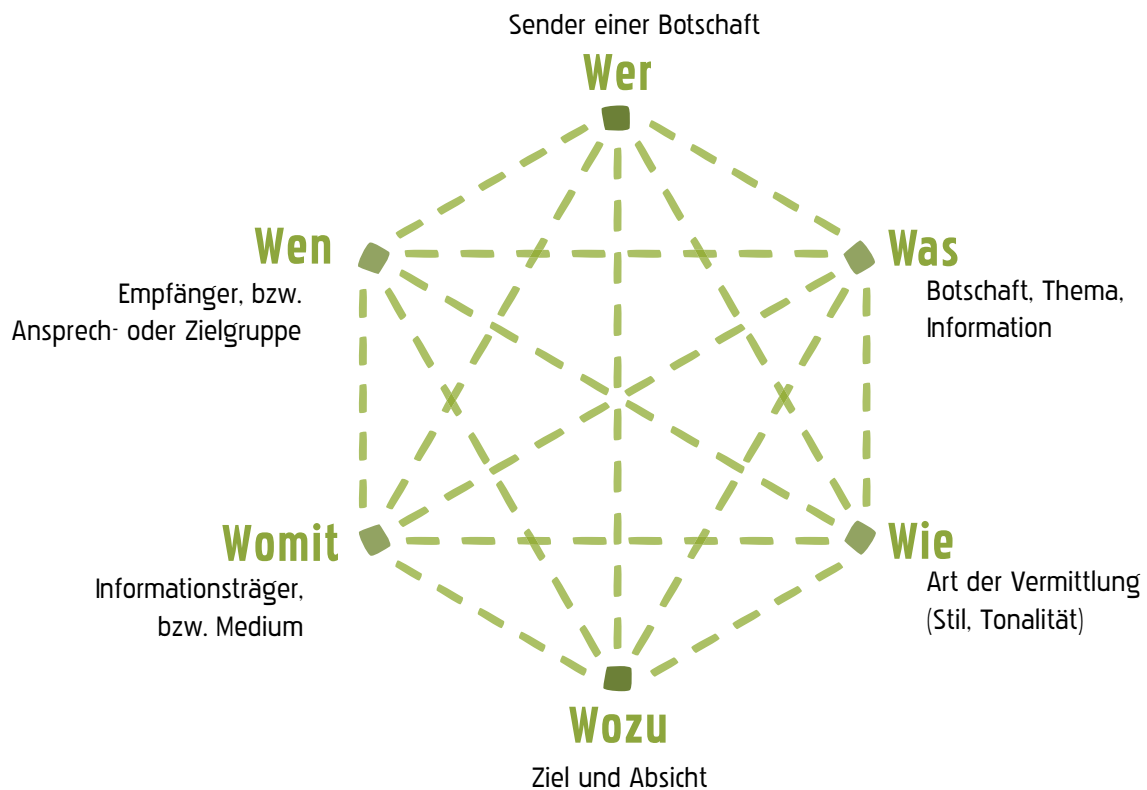
Umsetzung

Aus allen eingesandten Storyboards werden die eindrücklichsten drei ausgewählt und die Siegerteams eingeladen, mit einem Profischauspieler und Filmer ihre Ideen filmisch umzusetzen. Diese drei Clips werden dann in verschiedenen öffentlichen Verkehrsmitteln in der deutschsprachigen Schweiz während einer bestimmten Zeit gezeigt sowie auf der SPEED-Website aufgeschaltet.



Konzeptstütze

Als Gedankenstütze dient die **6-W-Formel**. Sie hilft schneller eigene, starke Idee zu entwickeln. Jedes dieser **W** will definiert sein und steht mit dem anderen in Verbindung, was heisst, dass alle aufeinander abgestimmt sein müssen.



In der Regel werden alle sechs **W** definiert, bevor man mit der Ideenfindung loslegen kann. Bei dieser Aufgabe sind aber bereits drei **W** vorgegeben und beschrieben:

- > **Wer**: Das seid ihr (Jugendliche), im Auftrag von «SPEED»
- > **Womit**: Mit einem Storyboard bzw. «Traffic-Clip» in die öffentlichen Verkehrsmitteln.
- > **Wozu**: Gegen das Rasen vorbeugen (siehe Seite 3 unter «Ziel und Absicht»)

Es bleiben nun noch das **Wen**, das **Was** und das **Wie** zu bestimmen. Die nächsten Seiten helfen euch dabei!

Wenn ihr euch wieder einmal in der Situation befindet, ein Film-Clip, ein Plakat oder etwas Ähnliches zu gestalten, so kann die 6-W-Formel sehr nützlich sein. Sicher geht damit nichts vergessen.



Wen wollt ihr mit eurer Botschaft erreichen?

Wen wollt ihr ansprechen? Jede Botschaft ist auf jemanden gerichtet – für jemanden bestimmt. Es macht einen Unterschied, ob sich eure Botschaft an unverbesserliche Raser, risikofreudige Kollegen, Freundinnen von Rasern, Eltern oder Politikerinnen und Politiker richtet. Die Art der Botschaft orientiert sich in der Regel an einer bestimmten Personengruppe. Diese muss sich vom Text und der Gestaltung angesprochen fühlen.

Kreuzt unten an, **wen** ihr mit eurem «Traffic-Clip» ansprechen wollt oder schreibt selbst eine Personengruppe auf. Ihr könnt auch mehrere Gruppen ankreuzen.

- Raser**, die schon einmal einen Unfall verursacht haben.
- Rasertypen**: Verkehrsteilnehmende, die gerne und oft «rasen».
- Rasern**: Jugendliche Angeber, die von schnellen Autos / Motorrädern schwärmen.
- Eltern/Erwachsene** in Ihrer Rolle als Vorbilder.
- Freundinnen/Freunde** von Rasern bzw. Mitfahrerinnen und Mitfahrern.
- Politikerinnen und Politiker**, die sich gegen das Rasen einsetzen könnten.
- Opfer/Angehörige**: Opfer von Raserunfällen und/oder deren Angehörige.
- Bevölkerung allgemein**
-



Was ist die Botschaft? Was soll vermittelt werden?

I. Themenwahl

Ihr habt nun schon entschieden, **wen** ihr ansprechen wollt. Nun gilt es zu bestimmen, **was** ihr dieser Personengruppe mitteilen möchtet, in dem ihr zuerst ein Thema wählt. Danach könnt ihr zielgerichteter zu diesem Thema eine Botschaft entwickeln. Unten sind ein paar mögliche Themen zum Ankreuzen aufgeführt. Vielleicht habt ihr ja auch bereits ein eigenes Thema, das hier nicht aufgeführt ist: Setzt es unten ins freie Feld ein!

- «Cool» sein ohne Rasen:** Anerkennung haben, ohne Risiken einzugehen.
- Risiko/Folgen/Auswirkungen:** Risikobereitschaft und mögliche Folgen (Zukunft).
- «raserfrei»:** Vorteile eines raserfreien Lebens.
- Verantwortung** für sich und andere.
- Beziehungen:** Auswirkungen eines risikoreichen Verhaltens auf Beziehungen.
- Gesetz/Recht:** Bestrafung von Rasern, Verkehrskontrollen usw. – was lässt sich tun?
- Raser-Gründe:** Wie lassen sich Ursachen für das Rasen wie Stress usw. entkräften. Gibt es Tipps, um das Rasen zu vermeiden – damit es keinen Grund dafür gibt?
- Gruppendruck:** Mitmachen, Mutproben, Dabeisein? Aufforderungen widerstehen!
- Alkohol/Drogen:** Motorrad- oder Autofahren unter Einfluss von Alkohol oder Drogen.
-



2. Gedankensammlung

Das Thema habt ihr jetzt bestimmt. Welche Botschaft zu diesem Thema könnte nun der Personengruppe, die ihr auf der Seite 5 bestimmt habt, vermittelt werden. Schreibt auf diesem Blatt alle Gedanken kurz und stichwortartig auf, die euch in diesem Zusammenhang durch den Kopf gehen. Was wollt ihr zum ausgewählten Thema mitteilen?

▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>
▼		<input type="checkbox"/>

3. Schlüsselaussage

Geht eure Gedankensammlung zusammen nochmals durch und kreuzt im rechten Feld die für euch wichtigsten drei Gedanken an, die zu sogenannten Schlüsselaussagen werden könnten.



4. Hauptbotschaft zusammenfassen

Lässt sich aus den drei Schlüsselaussagen, die ihr auf der Seite 6 gekennzeichnet habt, eine Hauptbotschaft formulieren?

Diskutiert in eurem Team, welche treffende Botschaft sich am besten umsetzen liesse.

Vielleicht kommt ihr dabei auch auf eine neue Aussage. Schreibt diese in das unten stehende Feld. Es soll noch keine Szenenabfolge sein, sondern knapp formuliert das, was ihr aussagen beziehungsweise mitteilen wollt.

A large rectangular writing area with a green border and horizontal dashed lines for text entry.



Wie wollt ihr eure Personengruppe ansprechen?

Die Art, wie ihr eure Botschaft vermittelt, hat einen Einfluss auf die Entwicklung einer Text- und Bildidee sowie ob ihr damit die Aufmerksamkeit der Personen, die ihr mit eurer Botschaft erreichen wollt, auch wecken könnt.

Unten sind einige Vorschläge als Adjektive aufgeführt, die ihr ankreuzen könnt. Notiert auch eigene Adjektive auf, um eure Art der Vermittlung möglichst genau beschreiben zu können.

nachdenklich stimmend

lustig, witzig

verunsichernd

herausfordernd

ironisch

bestätigend

auffordernd

besänftigend

schockierend

kritisch fragend

angriffig

direkt, unverblümt



I. Bild- und Textidee?

Eine Botschaft in einem «Traffic-Clip» besteht aus Text und Bild. Da diese eng miteinander verknüpft sind, weiss man oft nicht, ob zuerst die Bild- oder die Textidee entstand. Wichtig ist, dass ihr wisst, was ihr aussagen wollt. Ihr könnt also zuerst an einer Bildszene studieren und dann den Text dazu entwickeln oder umgekehrt. **Hier ein paar wichtige Tipps dazu:**

Text:

Ein «Traffic-Clip» ist «stumm». Es kann weder gesprochener Text verwendet werden noch Musik oder Geräusche. So konzentriert sich der Text auf das geschriebene Wort.

- Ein Text soll aussagekräftig und einprägsam sein.
- Bedenkt, dass 10 Sekunden sehr kurz sind. Entsprechend kurz soll der Text sein – fast wie auf einem Plakat oder einem Kinodia bestehend aus einem bis ein paar wenigen Wörtern.
- Der Text kann zum Beispiel aus zwei Teilen bestehen: Aus einer Frage am Anfang des Clips, die die Aufmerksamkeit erregt und nachdenklich stimmt – und einer Antwort, die die Frage aufschlüsselt.
- Im Text muss man erkennen, worum es geht. Also nicht nur Fragen stellen, sondern auch Antworten geben – wobei die Antwort auch die Bildszene geben kann.

Bildabfolge:

- Auffallend und aussagekräftig.
- Die Textaussage unterstützend oder ergänzend.
- Sollen die Bildszenen Gefühle auslösen? (betroffen, schockierend, abstossend oder harmonisch, sanft, schön).
- Das Bild kann auch im ironischen Sinn das Gegenteil der Hauptaussage sein.
Beispiel zu einem anderen Thema:
Text am Anfang: *Geniessen Sie das Leben?*
Bildabfolge: *Genussvoll rauchende Personen.*
Text am Schluss: *Raucher sterben 4x häufiger an Krebs als Nichtraucher.*
- So kann auch nur ein Teil des Textes zum Gegenteil der Bildaussage werden:
Text am Anfang: *Geniessen Sie das Leben?*
Bildabfolge: *Niedergeschlagene, kranke, verwahrloste Raucherin oder Raucher.*
Text unten: *Raucher sterben 4x häufiger an Krebs als Nichtraucher.*

Wichtiger Hinweis:

Wir raten von der Darstellung krasser Unfälle, von Friedhofsszenen usw. ab. Zudem sind Autowracks, Schwerverletzte oder Todeskreuze schon zu oft verwendet worden. Versucht kreativere Ideen zu entwickeln – und denkt daran, dass die Filmsequenzen aus eurem Storyboard sich auch umsetzen lassen. Wo und wann sich etwas filmen lässt und wer die Darstellenden sein sollen ist für die Realisation eines Film-Clips entscheidend.



2. Einzel Vorschläge erarbeiten:

Jede(r) schreibt zuerst für sich mindestens eine Szenenabfolge stichwortartig auf und skizziert sie im Storyboard. Beachtet dabei eure Themenwahl, welche Personengruppe ihr euch wie wenden möchtet und was die Hauptaussage ist (siehe Seiten 5 bis 9). Füllt pro Vorschlag ein Blatt aus und versucht eure ersten Ideen in max. 5 Szenenbildern darzustellen. Habt ihr mehrere Ideen, dann verlangt von eurer Lehrperson weitere solcher Blätter.

Storyboard-Entwurf

Beschreibung der Szenenabfolge:

Skizzen/Text:



3. Vorschläge vergleichen und ergänzen:

Stellt nun im Team eure Ideen vor und diskutiert sie. Es entstehen vielleicht neue Kombinationen. Was lässt sich spannend umsetzen? Was ist überhaupt realisierbar?

Falls ihr zusammen auf eine neue Idee kommt oder eine Kombination aus den verschiedenen Vorschlägen entwerfen wollt, so verlangt von eurer Lehrperson weitere Story-Board-Entwurfsblätter (S. 11). Wenn ihr eure Skizzen und die Beschreibung der Szenenabfolge aufs Papier gebracht habt und alle einverstanden sind, könnt ihr die Idee als definitiver Vorschlag auf das Story-Board (siehe Seite 14) sauber aufzeichnen und kommentieren. Diese werden dann von der Jury begutachtet.

Zuerst gilt es aber im Team die Ideen zu präsentieren, sie weiterzuentwickeln und daran zu schleifen. Bevor ihr beginnt, liest jemand aus eurem Team die unten stehenden Tipps vor:

Tipps für die Präsentation, Besprechung und Weiterentwicklung der Ideen im Team:

Macht euch zum «Dreamteam» statt zu Ideenkillern!

Ein «Gruppengehirn» schafft beinahe alles! Wichtig sind aber, bestimmte Spielregeln einzuhalten:

- Mit Festkleben an einer Idee bleibt man stehen! Löst euch erst einmal davon!
Bleibt dran, die besten Ideen könnten noch kommen: Wer sich mit den erstbesten Ideen zufrieden gibt, hat eventuell die Chance auf eine geniale Idee vergeben! Ausser die erste ist die geniale Idee – das gibt es auch. Aber das müsst ihr erst herausfinden.
- Keine Idee ist schlecht – keine Idee kommt perfekt zur Welt.
- Keine Idee darf belächelt werden, sucht das Positive in den Ideen der anderen!
- Keine Energie aufwenden, um Vorschläge zu widerlegen! Ideen stehen lassen.
- Keine Idee ist verrückt genug!
- «Chancendenken»: Jede Idee kann und soll weitere Einfälle auslösen!

Entwickelt eure Bild- und Text-Ideen weiter!

- **Text:** Da die «Traffic-Clips» ohne Ton auskommen müssen, ist der Text besonders wichtig. Ähnlich wie bei einem Plakat kann er die Bildaussage ergänzen oder verstärken. Ein paar Tipps zum Texten erhält ihr auf der nächsten Seite.
- **Bild:** Die filmische Bildgestaltung trägt wesentlich zur Bindung der Aufmerksamkeit bei. Dazu gehören Kamera-Einstellungen (Zoom-Totale), Aufnahmewinkel, Ort der Szene, treffend ausgewählte Darstellende, symbolträchtige Objekte, Farb- und Lichtstimmungen. Wie kann eure Botschaft durch diese filmischen Mittel besonders stark vermittelt werden? Macht euch ebenfalls dazu Überlegungen und notiert sie ins Storyboard.



4. Tipps zum Texten

Mit der Sprache kann bewusst gestaltet werden. Um etwas auszudrücken stehen verschiedenste sprachliche Stilmittel zur Verfügung. Hier einige bekannte und weniger bekannte Beispiele:

➤ **Reime**

«Raser am Steuer, Ungeheuer» (Aus einem SPEED-Raserplakat)

➤ **Fragestellungen**

«Häsch dini Ovi hüt scho gha?» (Werbung für Schoko-Milchgetränk)

➤ **Gegenüberstellungen und Vergleiche**

«Sind sie zu stark, bist du zu schwach!» (Fisherman's Friend) oder
«Alles wird besser, Valser bleibt gut!» (Mineralwasserwerbung)

➤ **Aufforderungen**

«Hirn ein, Handy aus!» (Werbung für Verkehrssicherheit)

➤ **Begründungen**

«Weil ich es mir wert bin!» (Werbung für Körperpflegemittel)

➤ **Einsatz von Fremdsprachen:**

«Just do it!» (Werbespruch einer Sportmarke)

➤ **Wortspiele:**

«Mal besser, Malbuner» (Fleischwerbung)

➤ **Alliterationen** (gleicher Anfangslaut)

«Milch macht müde Männer munter.» (Milchwerbung) oder «Mars macht mobil.»

➤ **Neologismen** (neu erfunden Wörter)

«FIGUGEGL» (Fondue isch guet und git e gueti Lune)

➤ **Abänderungen bzw. Ableitungen von bekannten Redewendungen oder Sprichwörtern:**

«Kommt Zeit, kommt Sbrinz!» (Sbrinz-Käsewerbung)

➤ **Bekannte Slogans oder Zitate in einem anderen Zusammenhang stellen**

«Yes we can!» (Obamas Wahlkampfspruch bei den Präsidentschaftswahlen 2008)

➤ **Aneinanderreihung von Adjektiven**

«athletisch, wasserdicht, bequem» (Outdoor-Schuhwerbung)

➤ **Zusammengesetzte Adjektive**

«kuschelweich» (Werbung für Weichspüler)



Vorgehen

Nachdem ihr euch auf eine Idee und einen groben Szenenablauf geeinigt habt, geht es an die Detailgestaltung und Aufzeichnung im eigentlichen Storyboard. Dazu stehen euch zwei Kopiervorlagen auf den nächsten Seiten zur Verfügung (S. 15 und 16).

Die erste dient zur Eintragung der Szenenbeschreibung, die zweite zur Aufzeichnung der Szene. So können pro Szene verschiedene Entwürfe erstellt werden (z.B. verschiedene Zoomeinstellungen usw.) Die treffendste wird dann ausgeschnitten und auf dem Storyboardblatt eingeklebt.

Geht folgendermassen vor:

1. Pro Szene ein Storyboard-Blatt und genügend Blätter für die Darstellung der Bildszenen kopieren.
2. Team in eine Gruppe «Text» und eine Gruppe «Gestaltung» aufteilen.
3. Die Gruppe «Text» beginnt mit der Formulierung der Szenenbeschreibung. Jemand aus dieser Gruppe wird als Schreiberin oder als Schreiber bestimmt. Bei dieser ersten Szenenbeschreibung hilft die Gruppe «Gestaltung» mit.
4. Sobald die erste Szenenbeschreibung fertig ist, kann die Gruppe Gestaltung mit dem Aufzeichnen der ersten Szene beginnen und die Gruppe «Text» macht sich gleichzeitig an die nächste Szenenbeschreibung, bis alle Szenen fertig sind. Am Schluss werden die Bildvorschläge diskutiert und pro Szene eines eingeklebt.
5. Sind alle Storyblätter fertig, sollen sie seitlich der Reihe nach zusammengeklebt werden (siehe Seite 17).

Hinweis allgemein

Von den zehn Sekunden stehen euch neun zur Verfügung. In der letzten Sekunde wird das SPEED-Projektlogo mit der Webadresse eingeblendet. Die Zeit ist also sehr knapp bemessen und es können keine langen Geschichten oder zu viele Szenen gezeigt werden. Schaut, dass es nicht mehr als einen Szenenwechsel pro Sekunde gibt – also maximal neun Storyboardblätter ausfüllen (inkl. Zwischenszenen und Texteinblendungen).

Hinweis für die Gruppe «Text»

Versucht anhand von Stichwörtern folgendes zu Beschreiben:

- **Person(en):** Wirkung, Körperhaltung/Aktion/Handlung, Bekleidung (Art und Farben), Position/Standort
- **Objekt(e):** Art, Funktion, Farben, Positionierung/Standort
- **Umgebung, Hintergrund:** Wo, Wirkung, Beschaffenheit
- **Stimmung:** Licht- und Farbstimmung

Hinweis für die Gruppe «Gestaltung»

Versucht verschiedene Darstellungen pro Szene zu zeichnen: unterschiedliche Kameraeinstellungen, Aufnahmewinkel und Positionierung von Personen, Objekte und allenfalls den Text. Zum Schluss wählt ihr das passendste Bild pro Szene aus und klebt es aufs Story-Board-Blatt.

Falls ihr zusätzlich Zeit erhält, könnt ihr eure Szenen auch fotografieren und dann die Fotos in das Storyboard einkleben. Dazu müsst ihr jede Szene gut planen: Darstellende suchen, Objekte organisieren, abklären wo die Szenen fotografiert werden können und die Termine fixieren.



Darstellung der Bildszene (mit Text dort, wo er erscheint)

hier Skizze oder Foto einkleben



Beschreibung der Szene

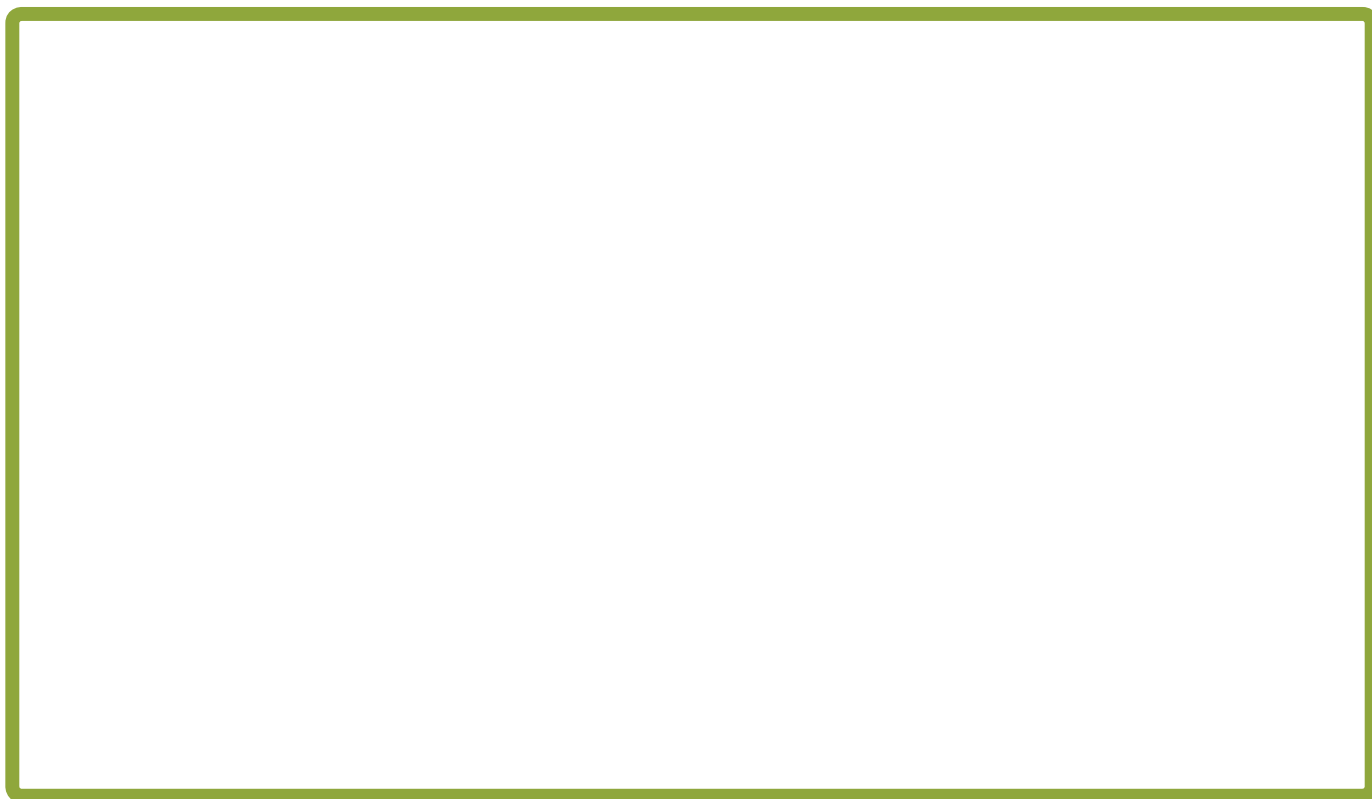
Personen/Handlung/Szene

Objekte

Umgebung

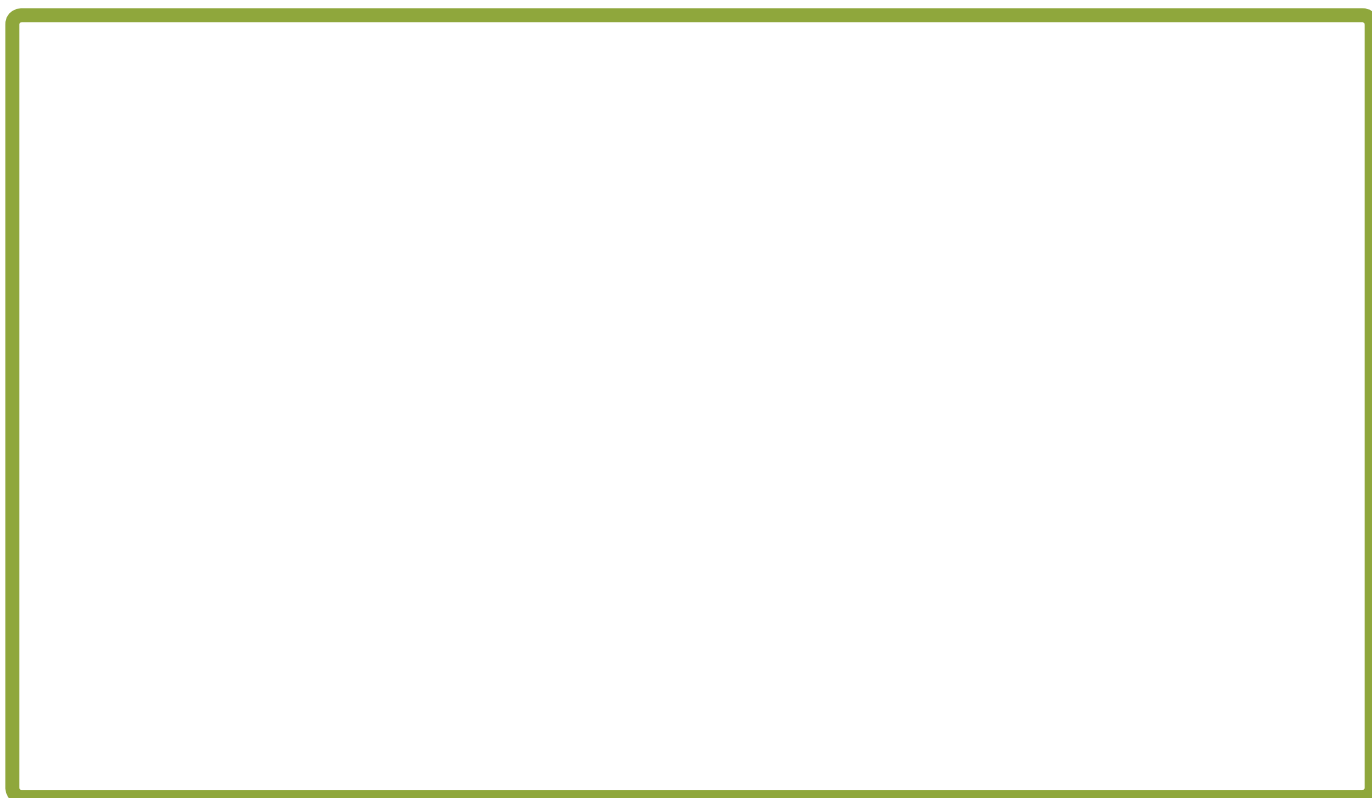
Stimmung

Teamname Klasse



Kopiervorlage für die Darstellung der Bildszenen.

Szene aufzeichnen, ausschneiden und auf entsprechende Storyboardblätter kleben



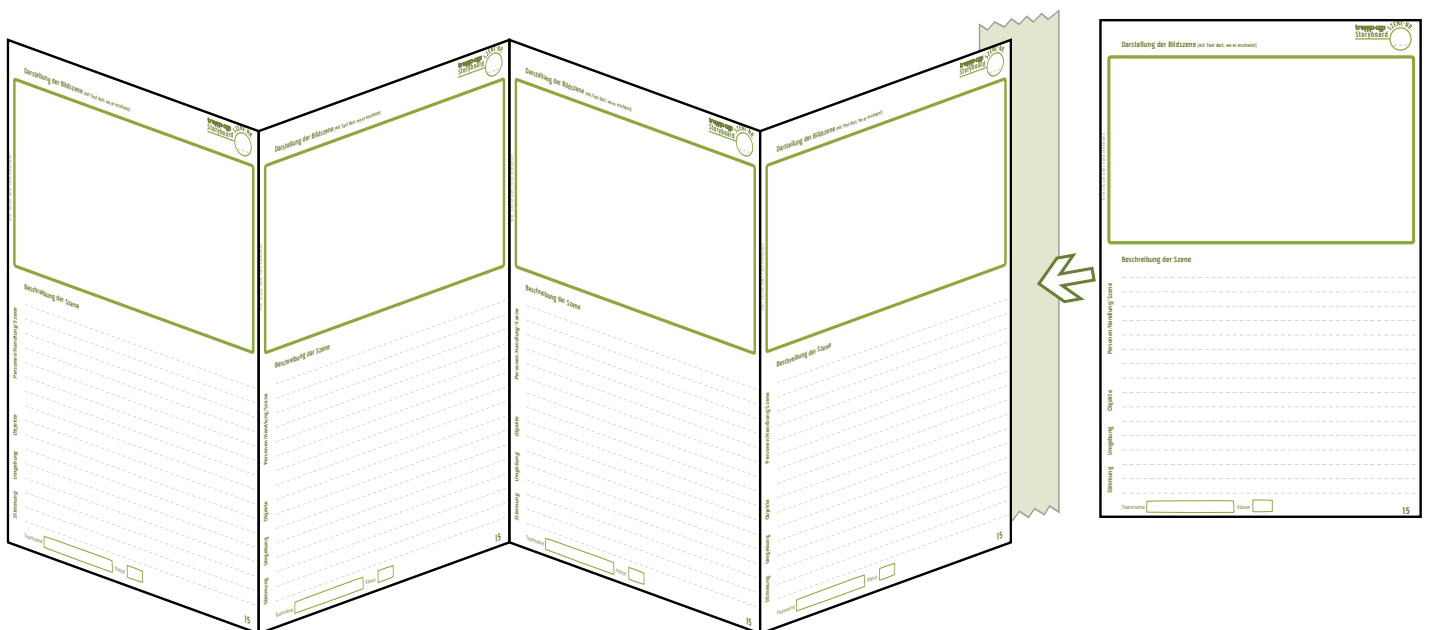


Wettbewerbseingabe

Bitte die Storyboardblätter seitlich der Reihe nach zusammenkleben, so dass der ganze Szenenablauf ersichtlich wird (siehe Abbildung unten). Das hilft der Jury die Arbeiten besser zu erfassen und zu bewerten. Es reicht, wenn ihr die Blätter auf der Rückseite mit einem breiten Klebeband zusammenklebt. Nicht vergessen: Jedes Blatt am unteren Rand mit Teamnamen und Klasse beschriften.

Das Storyboard muss mit dem Arbeitsdossier eingereicht werden. Zusätzlich bitten wir, eine Kopie der Titelseite des Arbeitsdossiers mit allen Namen zu erstellen und auf die Rückseite des ersten Storyboard-Blattes zu kleben.

Bevor Dossier und Storyboard eingereicht werden, empfiehlt es sich eine Kopie von allem aufzubewahren, falls mit dem Postversand etwas schief gehen würde.



Geschafft! Kompliment!

traffic-clip

Vielen Dank für die Teilnahme am STORYBOARD CONTEST

Ihr habt gelernt, wie eine gute Idee für eine bestimmte Botschaft entwickelt werden kann. In ähnlicher Vorgehensweise werden auch in der Werbung Ideen für Video-Clips erarbeitet.

Nun seid ihr auch ein bisschen Expertinnen und Experten geworden, könnt auch einen Werbe-Spot kritischer hinterfragen und lässt euch dadurch vielleicht weniger beeinflussen.