Meine Freizeit

Meine Lieblingszeit, die Zeit, in der ich selbst bestimmen kann was ich mache, die Zeit, in der ich meine Freunde treffe, mein Hobby ausübe, in der ich fort gehe, sei es in die Stadt, ins Nachtleben oder in ein anderes Land. Die Zeit, in der ich mich erhole, die Zeit, als Ausgleich zur Arbeitszeit, die Zeit, dir wir oft unbewusst nutzen und nicht genug schätzen, die Zeit, dir mir am meisten fehlen würde, wenn ich sie nicht mehr hätte...

...genau so würde es vielen Jugendlichen in Basel ergehen wenn sie die BFA nicht hätten, denn die BFA ist ihre Freizeit. Nur wissen sie es nicht.

Sommercasino, Jugendtreffpunkte, Colourkey, Pärkli-Jam, Jugendberatung, Jugendkultur... alles Begriffe die in Basel weit verbreitet sind, doch die Organisation welche hinter all diesen Angeboten steht, die BFA, kennen leider die Wenigsten.
Mein Ziel dieser Arbeit ist es, einen neuen Auftritt zu gestalten, mit welchem sich die BFA identifizieren kann, um so die Unbekanntheit in der Öffentlichkeit aufzulösen.

Auswertung der Umfrage

Bekanntheit von Namen, Kürzel und Logo:

- **BFA: 11%**
- **Basler Freizeitaktion: 35%**
- **Logo: 18%**

Auswertung der Umfrage

- Sehr bekannt: **Colour Key** und **Sommercasino**
- Bekannt durch:
  Mundpropaganda, Freundeskreis, eigenes Umfeld, Events
- Haupt-Kommunikationsmedien: **Internet und Tagespresse**
- **Jugendliche** hätten gerne mehr Informationen
  zu den Tätigkeitsfeldern der BFA

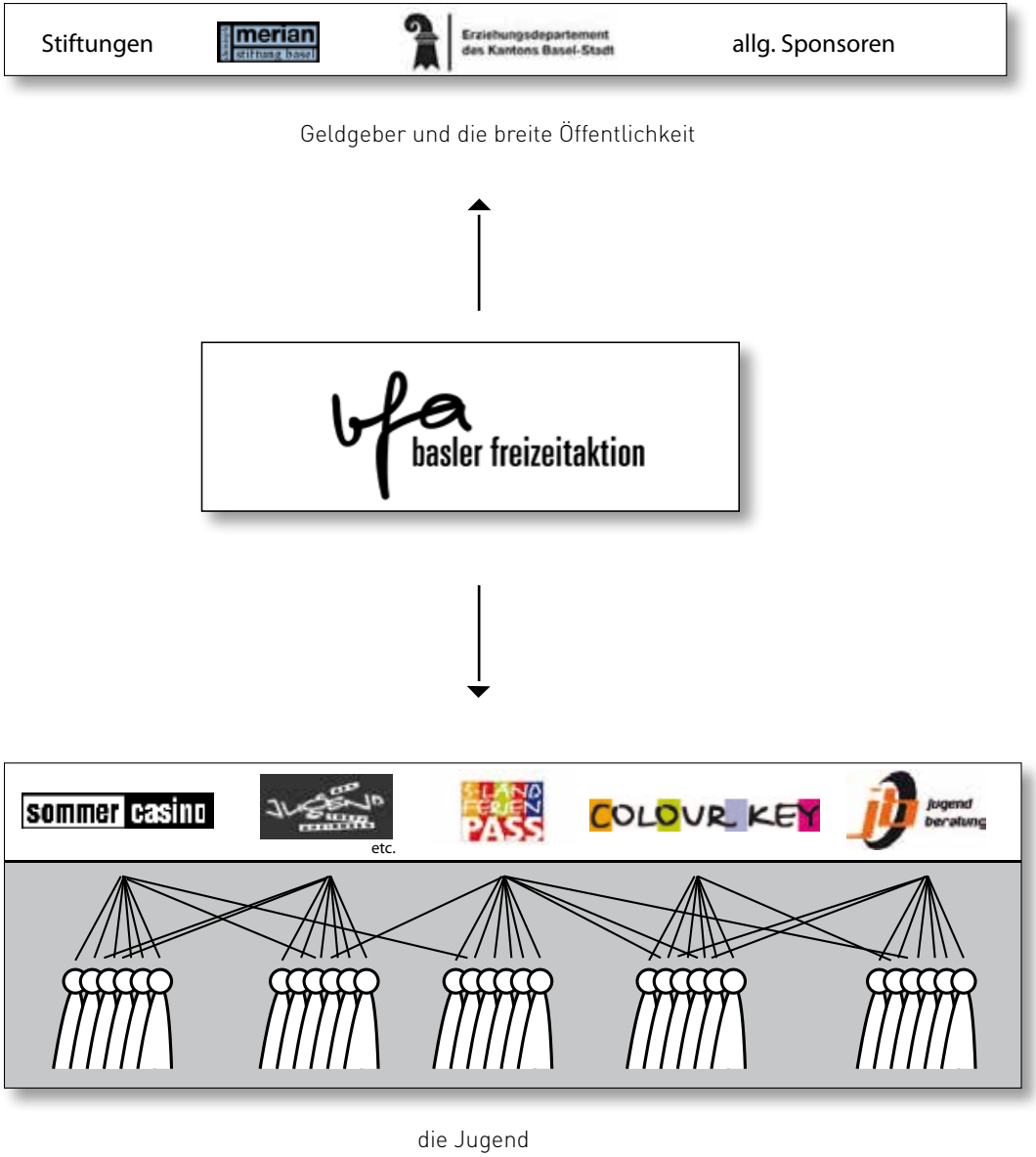
Auswertung unserer Umfrage, in Bezug auf die Bekanntheit der BFA in Basel.

Für die Jugend von Basel

Die BFA ist ein Dachverband, unter dem viele unterschiedliche Institutionen versammelt sind, die sich alle mit der Jugendarbeit in der Stadt Basel auseinander setzen. Das Hauptproblem besteht darin, dass die Organisation auf zwei sehr verschiedenen Ebenen repräsentieren muss. Zum einen gegenüber den Geldgebern, der Stadt Basel, Stiftungen sowie privaten Gönnern. Und zum anderen gegenüber den Jugendlichen, die ihr Angebot nutzen. Die BFA ist die grösste Organisation, welche sich für die Jugend der Region Basel einsetzt.

Was wenn es die BFA nicht gäbe?

Diese Frage nahm ich als Fundament für mein Konzept. Die Aufgabe besteht darin, in der breiten Öffentlichkeit die Unbekanntheit der BFA aufzulösen und auch den Jugendlichen dezent näher bringen, wer hinter all den Angeboten steht, welche sie nutzen. Nicht nur der Begriff BFA ist sehr unbekannt in der Bevölkerung, auch das Logo ist nicht präsent, da es bis anhin in den ganzen Printmedien oft nicht angewendet wurde. Durch die Unbekanntheit der BFA leidet die geleistete Arbeit, denn sie wird zu wenig geschätzt. Man würde erst bemerken, was die BFA alles leistet, wenn sie nicht mehr da wäre. Wo würden die vielen Jugendlichen verweilen wenn es die zahlreichen, sieben an der Zahl, Jugendtreffs nicht gäbe? Viele sehen die Jugendtreffs als ihr zweites zu hause, wo man neue Freunde und Kontakte gewinnen kann. Die Treffs fördern die Jugendkultur stark, in dem sie den Jugendlichen Räume zu günstigen Konditionen anbieten, sowie verschiedene Workshops damit sie Einblicke in Gebiete bekommen, die ihnen sonst nicht zugänglich wären, da sie es sich nicht leisten können. Wie viele konnte man dadurch von der schiefen Bahn abhalten? Für viele Jugendliche bieten diese Treffs Hilfestellung bei Problemen, wie Schulden, Gewalt und anderen Konflikten. Die BFA bietet auch als einzige Organisation von Basel, eine Jugendberatung an.
Die BFA ist sehr weltoffen, bei ihr sind alle willkommen, und jeder kann seine Chance nutzen, durch das breite Angebot, jedoch nur so lange man sich auch an die Regeln hält. Viele befragte Jugendliche, welche die Angebote bisher genutzt haben, schätzen die Arbeit sehr und sind dankbar, dass es die BFA gibt.


Stiftungen
merian stiftung basel
Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt
allg. Sponsoren
Geldgeber und die breite Öffentlichkeit
bfa basler freizeitaktion
sommer casino
etc.
PASS
COLOUR KEY
jugend beratung
die Jugend

Die Jugend im Zentrum

Das Ziel ist, einen Auftritt zu gestalten, der die «Zielgruppe Jugend» darauf aufmerksam macht, wer hinter den Angeboten steht, welche sie nutzen. Wichtig ist, dass man die Jugendlichen nicht in ihrer Freiheit einschränkt, für sie sollte sich nicht viel mehr ändern als, dass sie öfters (am besten fast unbewusst) auf das Logo der BFA treffen werden.
Der Zielgruppe Geldgebern wie Staat und Stiftungen und der breiten Öffentlichkeit soll ein «seriöser» jedoch nicht zu biederer und langweiliger Auftritt entgegen treten.

Die Kernfrage

Beim Namen BFA bleiben oder sich für neuen Namen entscheiden, diese Frage war die erste Hürde die zu nehmen war. Vieles sprach dafür und dagegen wie sich in unsere Analyse- und Recherche-Phase heraus stellte.
Die BFA ist ein Traditionsverein, dies war einer der Gründe beim Namen BFA zu bleiben. Der Verein wird 2012, sein 70 jähriges Bestehen feiern. Für mich ist dies ein Beweis für die gute Arbeit, welche die BFA leistet sowie auch das grosse Vertrauen von aussen, in diese Organisation.
Die BFA übernahm in ihrer Geschichte viele Pionierrollen, mit dem Sommercasino das erst Jugendhaus der Schweiz, die einzige Jugendberatung der Stadt Basel und vielen mehr.
Klar ist, dass in den 70 Jahren nicht immer alles gut gelaufen ist und die BFA dadurch bei gewissen Personen einen schlechten Ruf hinterlassen hat. Ich denke genau diesen Personen soll man zeigen, dass man hinter der BFA steht und stolz darauf ist was man bis jetzt erreich hat und es auch immer noch weitergeht, und nicht versucht sich mit einem neuen Namen ein neues Image aufzubauen.
Ich denke, dass es für Jugendliche eher abschreckend ist, wenn sie auf ihren Plakaten den Begriff Jugendarbeit lesen, da dies oft mit Jugendproblemen assoziiert wird. Dies war ein weiterer Grund für mich bei Namen BFA zu bleiben.
Das Einzige was ich am bisherigen Namen ändern würde, Aktion durch Aktionen ersetzten, Aktion klingt nach etwas Einmaligem.

(1)

(2)

(3)

(4)

Das BFA-Logo als gleichwertiger Sponsor

Das BFA-Logo als Ermöglicherin, hebt sich von den Sponosoren ab.

Vom Logo zur Bildmarke

Für das Logo wollte ich keine bestehende Schrift verwenden, das Ziel war es eine neue, individuelle Schrift zu kreieren, welche ihren Ursprung bei der Jugend hat. Für mich ist es wichtig, dass mein Logo das repräsentiert, für was es steht, die Jugend. Gleichzeitig muss das Logo seriös auf die Geldgeber wie Staat, Stadt und Institutionen und die breite Öffentlichkeit wirken, um ernst genommen zu werden.

Für den Ursprung meiner Schrift bediente ich mich bei der Strichführung eines Markers mit einem hohen dick-dünn-Kontrast. An den Orten der Jugendlichen, trifft man immer wieder auf diese Handschrift. Mir ging es nicht darum ein Graffiti-Logo zu kreieren sondern mich lediglich an den Grundformen zu bedienen. Mir ist wichtig bei den Jugendlichen eine Akzeptanz für das Logo zu erreichen.
Ich zeichnete zuerst die drei Buchstaben (1) und rundete sie etwas ab, damit sie nicht zu gotisch wirken (2). Dann verband ich die Buchstaben, so dass sie als Einheit wirken und dem ganzen eine Dynamik verleihen (3). Durch das Anschneiden der Buchstaben, werden die Ecken und Kanten symbolisiert, die alle Menschen mit sich tragen (4).

Mein Ziel ist es, das Logo weitgehend als Bildmarke zu verwenden, ohne den ausgeschriebenen Zusatz «Basler Freizeitaktionen».
Als Zusatzelement habe ich das Logo in eine dreieckige Fläche platziert. Stellt man das Logo an die rechte Kante einer Drucksache, wirkt das ganze wie eine Klammer. Dies symbolisiert die BFA, als Dachorganisation, die alle Bereiche zusammen hält. Diese Variante mit der Fläche, wird nur angewendet, wenn dass Logo an einer Kante platziert werden kann.
Durch Fläche hebt sich das Logo auch gut von jenen der Sponsoren ab, denn die BFA darf auf den Flyern nicht als Sponsor wahr genommen, werden sondern als Ermöglicherin.

facettenreich
leidenschaftlich
sprudelnd
familiär
präsent
bunt
lebendig
mitreissend
transparent
standfest

Die Farbenwelt

Für die Farbidentität habe ich mich auf unsere Analysen-Phase bezogen. Wir haben durch die Stärken und Schwächen der BFA drei Werte generiert, welche die BFA repräsentieren.

transparent, facettenreich und sprudelnd

Was beinhaltet all diese Werte? Wasser.
Wasser ist transparent. Sein Zustand ist sehr facettenreich von fest bis flüssig, zu gasförmig, genau so kann Wasser ruhig, beruhigend, fliessend, reissend, bedrohlich oder tobend sein und natürlich auch sprudelnd... genau wie die Gemütszustände von Jugendlichen.
Das Blau habe ich dezent gehalten, damit es auf den Flyern und Plakaten nicht dominiert. Natürlich gibt es viele verschiedene Deutung und Wirkungen die man der Farbe blau beimisst, auf mich wirkt blau jung, dynamisch und frisch.

Basler Freizeitaktionen

Basler Freizeitaktionen

Die möglichen Logoanwendungen
Frei stehend, mit dem Zusatz «Basler Freizeit Aktionen» und in der Fläche.
Das Ganze in Graustufenumsetzung sowie in Farbe (85 % Cyan, 50% Magenta).
Den Grauwert habe ich mit 60% Schwarz definiert, damit es nicht zu hart wirkt und dem dezenten Blau nahe kommt in der Wirkung.

Basler Freizeitaktionen

Basler Freizeitaktionen

Auf diesen zwei Seiten sieht man die negativ Variationen.

DIN CONDENSED

The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog

DIN

The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog

Die Hausschrift

Hierfür habe ich mich für die DIN entschieden. Die DIN-Famillie ist eine zeitlose Schrift, welche seriös und gleichzeitig elegant und jung wirkt. Sie spricht alle Zielgruppen der BFA an. Es ist eine sehr variantenreiche Schriftfamilie, für die Briefschaften sowie den Logo-Zusatz «Basler Freizeitaktionen», wir der Condensed-Schnitt verwendet. Bei Korrespondesschreiben und Lauftext der Normale-Schnitt.

Muster Firma
Herr Mustermann
Musterstrasse 13
1313 Musterhausen

Basel , 13. Januar 2012

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Überall dieselbe alte Leier. Das Layout ist fertig, der Text lässt auf sich warten. Damit das Layout nun nicht nackt im Raume steht und sich klein und leer vorkommt, springe ich ein: der Blindtext. Genau zu diesem Zwecke erschaffen, immer im Schatten meines großen Bruders »Lorem Ipsum«, freue ich mich jedes Mal, wenn Sie ein paar Zeilen lesen. Denn esse est percipi - Sein ist wahrgenommen werden. Und weil Sie nun schon die Güte haben, mich ein paar weitere Sätze lang zu begleiten, möchte ich diese Gelegenheit nutzen, Ihnen nicht nur als Lückenfüller zu dienen, sondern auf etwas hinzuweisen, das es ebenso verdient wahrgenommen zu werden: Webstandards nämlich. Sehen Sie, Webstandards sind das Regelwerk, auf dem Webseiten aufbauen. So gibt es Regeln für HTML, CSS, JavaScript oder auch XML; Worte, die Sie vielleicht schon einmal von Ihrem Entwickler gehört haben.

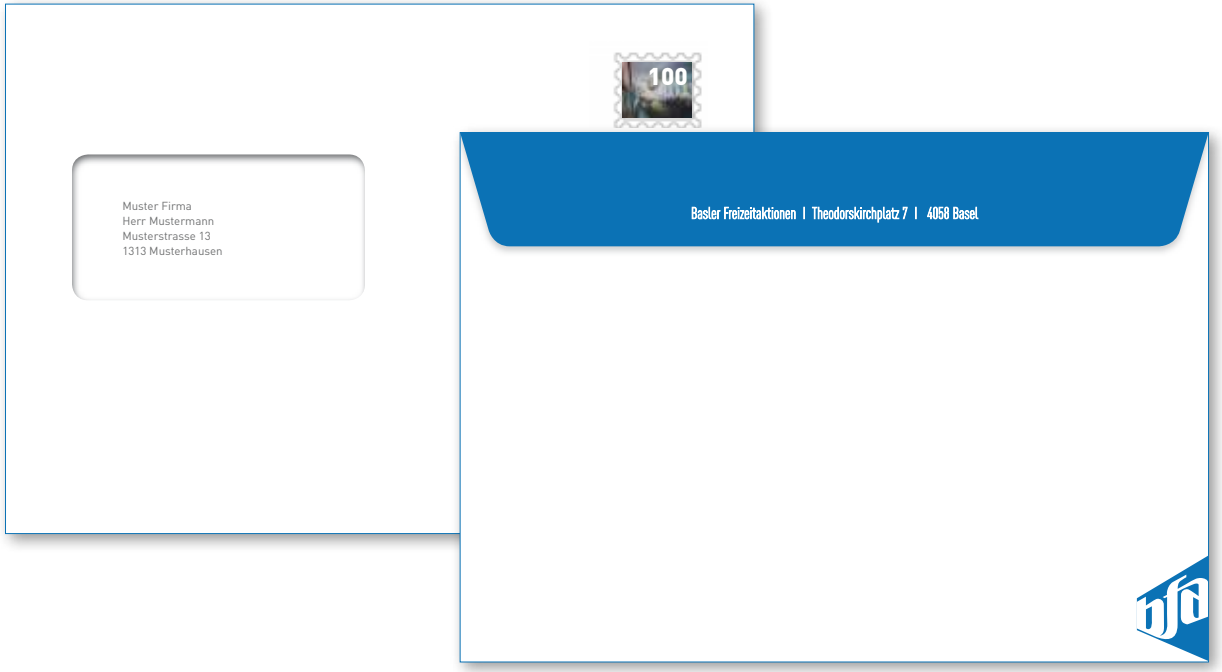
mit freundlichen Grüssen

Basler Freizeitaktionen

Basler Freizeitaktionen
Theodorskirchplatz 7
4058 Basel
T +41 61 683 72 20
F +41 61 683 72 15
info@bfa-bs.ch
www.bfa-bs.ch

George Hennig
Co-Geschäftsführer

Basler Freizeitaktionen
Theodorskirchplatz 7
4058 Basel
T +41 61 683 72 35
F +41 61 683 72 15
george.hennig@bfa-bs.ch
www.bfa-bs.ch



Der Absender

Die Visitenkarte wird beidseitig bedruckt, auf einer Seite stehen Name und Position, auf der anderen Seite die allgemeinen Angaben.

Beim Briefpapier ist die Idee, die Rückseite vollflächig zu bedrucken und nur den Schriftzug BFA auszusparen, wenn man den Briefbogen in der Hand hält scheint der Schriftzug als Wasserzeichen hindurch, was wieder auf die Transparenz der BFA hinweist.

Bei den Couverts wird nur die Rückseite bedruckt mit Logo und Absender.

sommer casino
FR 28 OKTOBER 2011
CHEWY
Party im Jugi Neubad
Wann: 05.02.2010
Zeit: 17:30 - 20:30
für 11 - 13 Jahren
tritt frei
fueled by

badhuesli
Jugendzentrum Badhuesli
BFA Jugendberatung
sommer casino
fueled by

Die Persönlichkeit

Den Mitarbeitern muss bewusst werden, dass es sehr wichtig ist, in Zukunft das Logo kosequent auf allen Printmedien zu verwenden, welche mit der BFA zusammenhängen oder durch sie überhaupt entstehen können. Die Flyer dürfen aber in keiner Weise konkurrenziert werden. Diese sollen auch weiterhin von den Jugendhäusern produziert werden, damit die Individualität bewahrt bleibt. Nur die rechte, untere Ecke muss in Zukunft für das BFA Logo reserviert werden. Durch diese Vorgabe der Positionierung des Logos kann ein Wiedererkennungseffekt erzielt werden und man erkennt schnell welche Angebote von der BFA sind.

Wenn ein neuer Auftritt lanciert wird, heisst das auch, dass das Alte verschwinden muss. Was wird mit den Bannern die das alte Logo beinhalten?
Ich würde jedem Jugendtreff den Auftrag geben anlässlich des Jubiläums mit ihren Jugendlichen einen neuen Banner zu gestalten, zum Beispiel in Form eines Wettbewerbs. So repräsentieren diese Banner jedes Haus, da er von der Jugend gestaltet wird, die sich auch sonst dort ihre Freizeit verbringt und einbringt. Als einziges muss das neue BFA Logo klein unten in der rechten Ecke vertreten sein.
Ich denke, dies könnte gleich zwei positive Effekte haben. Ersten, das neue BFA Logo wird kommuniziert auch für die breite Öffentlichkeit, und die Jugendlichen der Häuser können sich selbst verwirklichen und ihrem zweiten zu Hause eine neue passende Identität geben, und diese mit Stolz präsentieren.
Auch sollten die Häuser sehr dezent angeschrieben werden, aber die jetzigen Namen der Häuser nicht konkurrenzieren.

ein Auszug aus den Bildern der Jugendhäuser die ich besuchte.

Die Welt der BFA, in Bildern

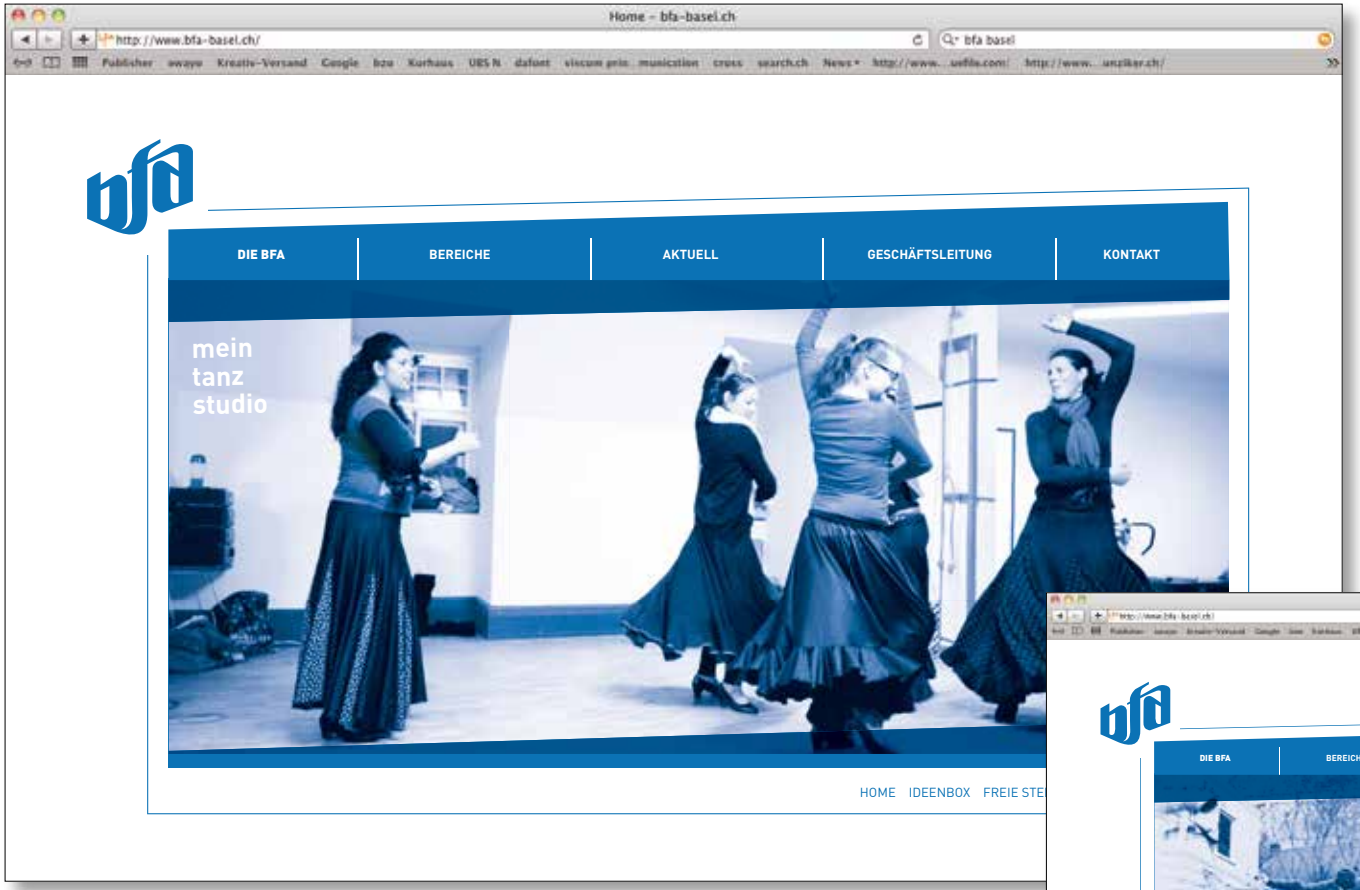
Für meine Bildwelt war mir wichtig, dass die Bilder authentisch daher kommen und nicht aus einer Bilddatenbank stammen.
Ich besuchte verschiedene Jugendhäuser und versuchte die Atmosphären festzuhalten. Es kam auch vor, dass Jugendliche mit meiner Kamera, durchs Haus zogen und selber Bilder schossen, was ich eine schöne Idee fand, so hielten sie ihre eigene Welt fest.
Bei allen Häusern traf ich auf eine eigene Graffiti Welt. Auch diese bunte Welt hielt ich fest, um sie später als Gestaltungselement verwenden zu können.

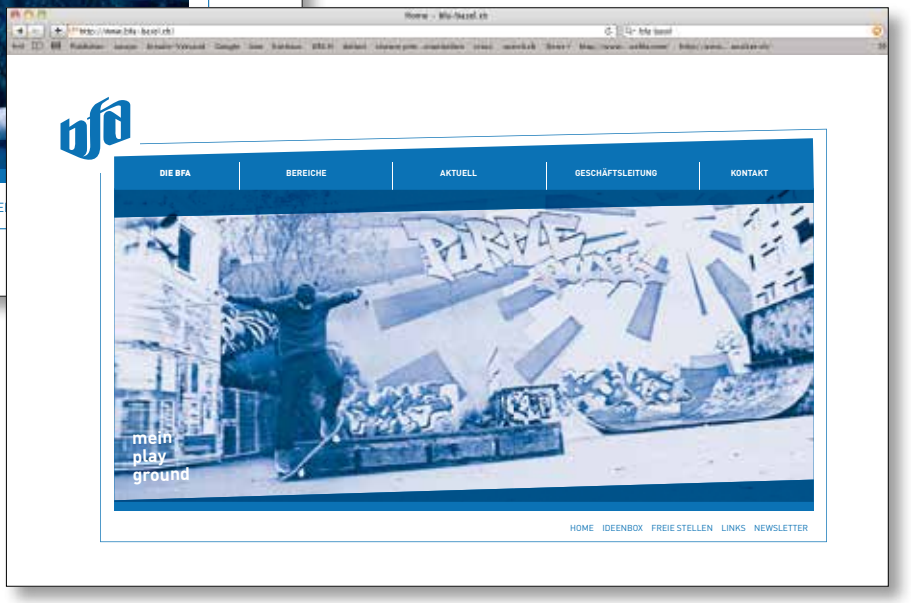
Ich nutze die Zeit, in den Jugendhäuser, um einen Einblick in eine Welt zu erhalten, die für mich sonst nicht zugänglich ist. Ich habe mich mit den Jugendlichen ausgetauscht um heraus zu spüren was für einen Stellenwert ihr Jugi in ihrem Leben einnimmt. Hier bezog ich mich wieder auf meinen Grundgedanken. Was wäre wenn es die BFA (in diesem Fall die Jugendhäuser) nicht gäbe?
Viele waren überrascht über diese Frage, denn für sie ist das Jugi etwas selbstverständliches. Alle Jugendlichen sind dankbar und schätzten sehr, dass es diese Treffpunkte gibt, je älter die Jugendlichen, desto bewusster nutzen sie das Angebot auch. Fast alle sind täglich dort und sehen das Jugi als ihr zweites zuhause. Durch diese Gespräche entstanden die diversen Slogans für meine Plakatserie.

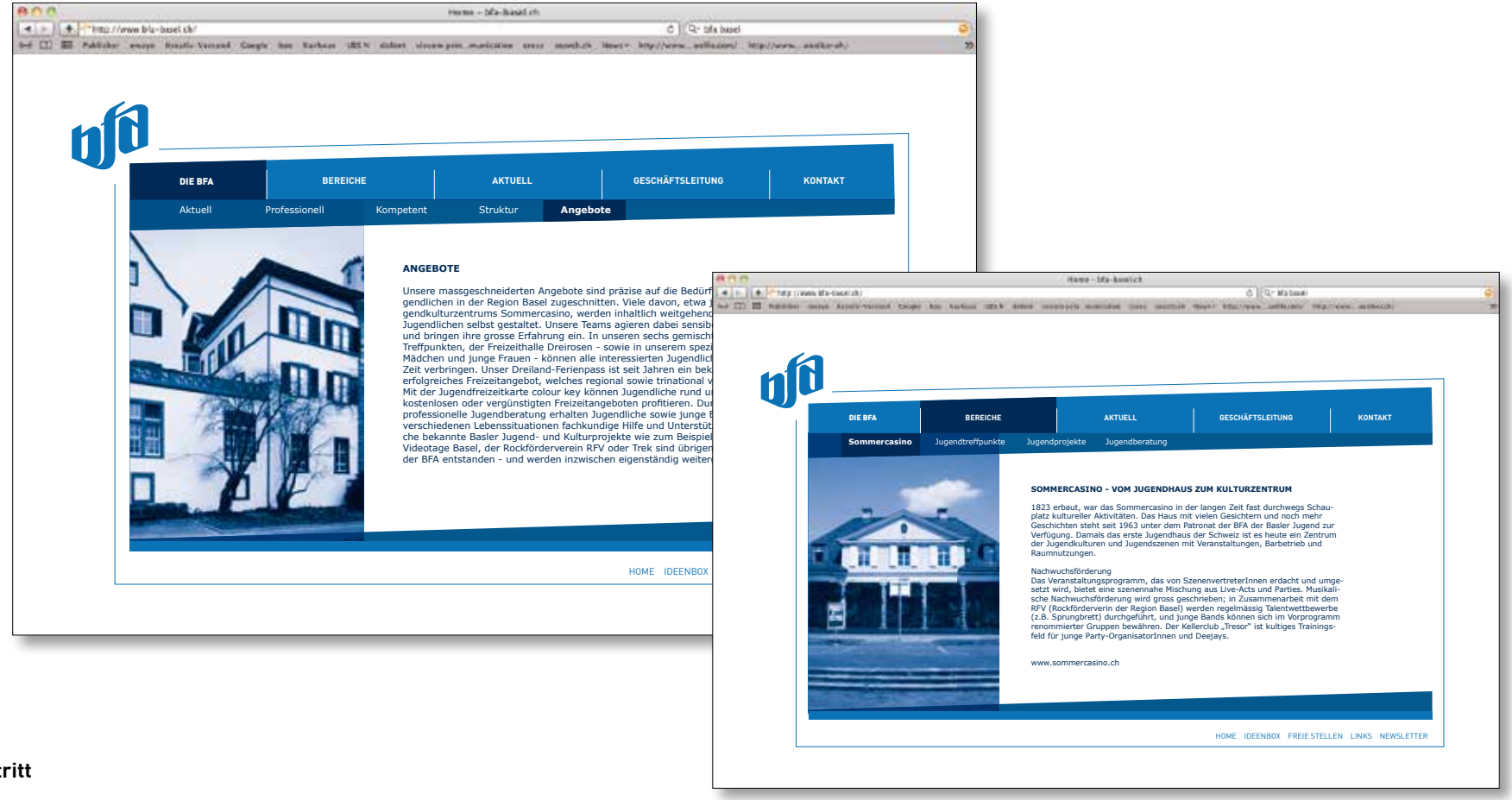
mein wohn zimmer
wir fördern die basler jugendkultur
www.bfa-bs.ch
mein tanz studio
wir fördern die basler jugendkultur
www.bfa-bs.ch
mein rat geber
wir fördern die basler jugend
www.bfa-bs.ch
mein nacht leben
wir fördern die basler jugendkultur

Die Plakatserie

Mit den Plakaten will ich einen Einblick in die BFA geben. Ich will die verschiedenen Angebote der BFA mit Bildern aufzeigen und mit passenden Slogans untermalen. Die Slogans sind beliebig ausbaubar (mein treffpunkt, mein dancefloor, mein chillraum, mein freundeskreis usw.).
Den Bildern habe ich eine Körnung hinzugefügt, damit sie einen eigenen, fast gezeichneten, Charakter erhalten. Ich wollte möglichst weit weg, von perfekt inszenierten hochglanz Aufnahmen kommen, da diese nicht in die Welt der BFA widerspiegeln.
Die Mehrschichtigkeit des Plakates soll die Neugierde des Betrachter wecken. Man wird aufgefordert genauer hinzuschauen, was sich auf den Bildern abspielt, und fast unbewusst nimmt man so das Logo wahr. Das primäre Ziel ist es, dass Logo in der Öffentlichkeit zu verbreiten und gleichzeitig das breite Angebot der BFA aufzuzeigen.


Home – bfa-basel.ch
http://www.bfa-basel.ch/
bfa basel
DIE BFA
BEREICHE
AKTUELL
GESCHÄFTSLEITUNG
KONTAKT
mein
tanz
studio
HOME IDEENBOX FREIE STE


DIE BFA
BEREICHE
AKTUELL
GESCHÄFTSLEITUNG
KONTAKT
mein
play
ground
HOME IDEENBOX FREIE STELLEN LINKS NEWSLETTER



Der virtuelle Auftritt

Die Webseite habe ich schlicht und dezent gehalten, denn sie wird hauptsächlich von der breiten Öffentlichkeit sowie Geldgebern besucht werden. Die Jugendlichen werden direkt auf die Webseiten der diversen Angebote gehen. Auf der Startseite werden die Bilder in einer Diashow ablaufen damit man die verschiedenen Angebote sieht, kombiniert mit den Slogans, welche schon auf den Plakaten verwendet wurden.

(1)

(2)

(3)

Give-aways

(1) Rheinschwimmsack, (2) Flyer mit allen Angeboten der BFA, (3) , Kugelschreiber, (4) Postkartenserie, (5) T-Shirt, (6) Trinkflasche, (7) Tasche

(4)

(7)

(5)

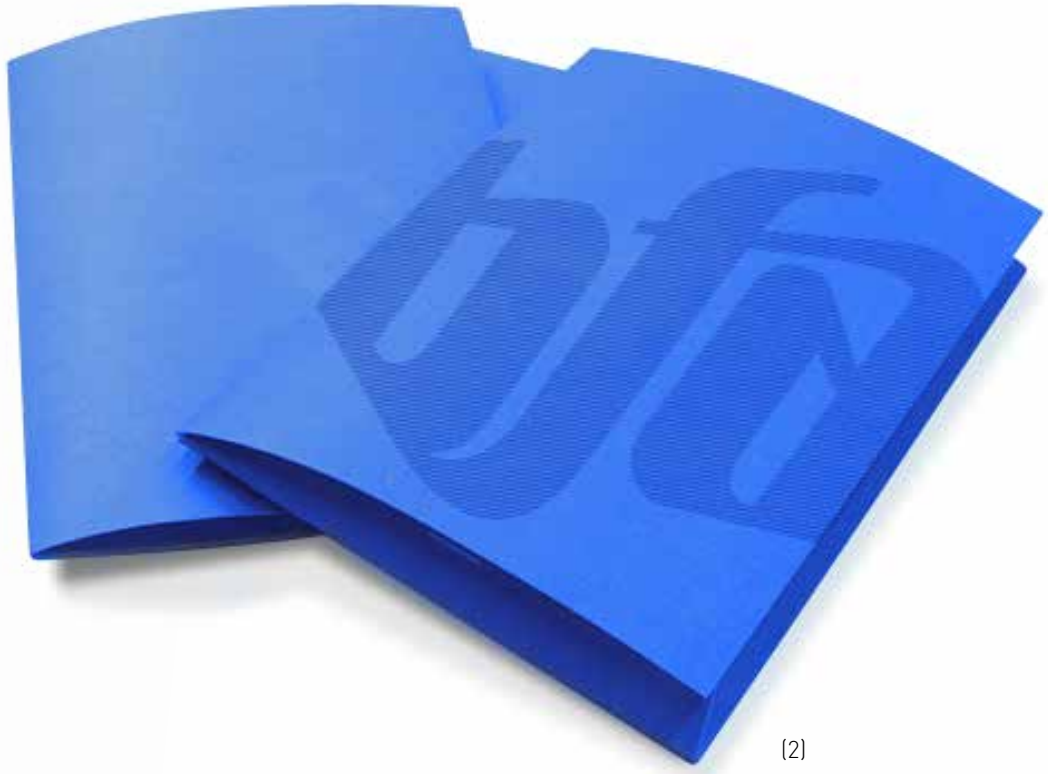
(6)

Mehr als nur dein Jugendhaus

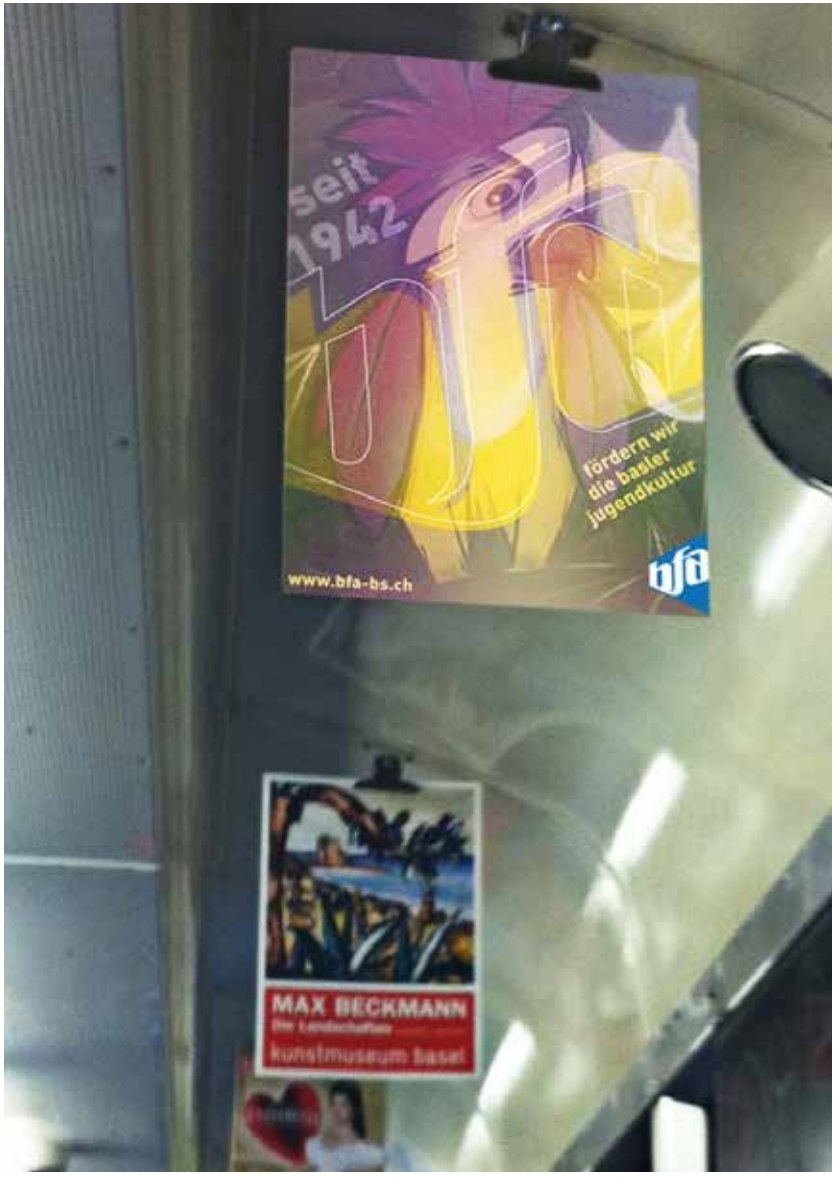
Die Nachfrage ist, laut Umfrage da, mehr über das Angebot der BFA zu erfahren. Man könnte versuchen durch die Jugendlichen die Bekanntheit der BFA zu steigern in dem sie unter sich selbst Werbung machen, sei an Partys oder bei anderen (Jugend)Veranstaltungen mit einem eigenen Stand präsent sind oder Give-Aways verteilen.
Interessierte Jugendliche sind die beste Werbung für andere Jugendliche, man will keine Flyer und Infos von «Erwachsenen Personen».

Mögliche Werbung könnte ein Flyer sein, der das breite Angebot wieder gibt, wichtig auch hier, er muss die Sprache und Erscheinungsbild der Jugend haben. So lernen die Jugendlichen auch, dass es noch andere Angebote gibt als nur «Ihr» Jugendtreff, ob sie es nutzen ist ihnen überlassen.
Oder eine Postkartenserie, es gibt fast in allen Lokalen in Basel einen Dispenser mit gratis Postkarten zu mitnehmen, so spricht man die breite Öffentlichkeit an, nicht nur die Jugendlichen.

(1)



(2)



(3)

weitere Anwendungen

(1) Beispiel für den Umschlag des Geschäftsberichtes, (2) Pressemappe,
(3) Plakat anlässlich des Jubiläums

BASLER-STRASSENBAHN
OPEN
SUISSES
Coca-Cola

Durch die Augen in die Köpfe

Der Schlüsselpunkt liegt darin, in die Köpfe der Öffentlichkeit zu gelangen, ohne sich aufzudrängen und so die Unbekanntheit der BFA aufzulösen. Man soll dem Logo möglichst unbewusst immer wieder begegnen.
Ziel ist es, die BFA als -gute Sache- anzusehen, welche allen Jugendlichen eine Chance gibt, neutral und in allen Lebenslagen.
Man muss die Verbindung zwischen der BFA und ihren Angeboten zeigen. Die Organisation soll sich nicht verstecken, sondern stolz sein, auf die Werke die man ins Leben gerufen hat. Es gibt den Leuten eine gewisse Sicherheit, wenn man sieht dahinter steht die BFA, Menschen welche qualifiziert sind, dies wird auch von Eltern gern gesehen.