

plan

03

via sacra

mittelfristiges projekt an der
koeln international school of design
im sommersemester 2003
bei prof. philip heidkamp
lehrgebiet interface design

projektteilnehmer: _ christina eddiks | lotta@kisd.de
_ tom p. schaafs | tom@kisd.de
_ silvia erhard | sushi@kisd.de
_ andreas schwankl | anschwan@kisd.de
_ franz blach | blach@kisd.de

Experience Map & Mystikone

Streng genommen formt die Via Sacra linksrheinisch einen Halbkreis um die Kölner Innenstadt, dessen Verbindungspunkte 14 Kirchen stellen. Diese Route wird während der plan03 Woche mit Veranstaltungen aus Ausstellungen bespielt. Neben den generell gut sichtbaren und ausgeschilderten Kirchen soll es noch eine Auszeichnung geben, die Besucher über die Strecke führt.

Die Experience Map stellt die Grundlage für die Planung dar. Sie bietet strategische Ansatzpunkte, Szenarien zur Demonstration und konkrete Handlungsansätze an. Zentral ist die differenzierte Perspektive auf die Route selbst. Die Berührungspunkte mit der Strecke sind vielschichtig. Sie ist lokal physisch begehbar. Sie ist auch rein auf Basis von Beschreibungen und Berichten erfahrbar, da sich unweigerlich eine Vorstellung der Route im Kopf bildet. Darüber hinaus können Erfahrungen und Erlebnisse unterschiedlicher Personen in einer abstrahierten Weise geteilt werden, um so die Erfahrungen des einzelnen auszuweiten. Diese dritte Ebene sorgt dafür, dass sich die Via Sacra auch nach der Woche bespielen lässt. Während der Woche entstehen einige Berührungspunkte. Mit jedem neuen Punkt wird die Strecke reichhaltiger und spannender. Als permanenter Event bietet die Strecke aber noch größeres Potenzial.

Erlebnisse für die Via Sacra werden unter Berücksichtigung dieser Vielschichtigkeit konzipiert. Die Planung kombiniert Berührungspunkte der unterschiedlichen Ebenen. Das Gesamterlebnis ist vielseitig und weitreichend, während die Zielgruppe groß ist. Vom Anwohner bis zum Tourist, vom Kind bis zum Rentner ist sie für jeden attraktiv. Eine zentrale Rolle spielt das Auszeichnungssystem. Es stellt den roten Faden dar, und verbindet Orte und Maßnahmen. Aus der kirchenumgebenden Stadtstruktur wurden die Mystikone gewonnen. Diese Zeichen – so unterschiedlich wie die Stadt – sind formal zusammengehörig und inhaltlich mehrdeutig. Ihre ureigene Form, die sie untrennbar mit der Stadt verbindet, gibt dem Betrachter Rätsel auf. Deutlich ist ihre Struktur kein Zufall. Sieht man mehrere Mystikone erschließt sich der Zusammenhang. Angebracht werden diese Zeichen "über Nacht" an vielen Punkten in der Stadt. Die exakte Position ist nicht so relevant wie vielmehr ihr zahlreicher Einsatz. Weiterhin zieht sich diese Markierung auch durch alle eventbegleitende Maßnahmen, vom Führer bis zur Tüte, von der Bank bis zur Tageszeitung.

Die Via Sacra findet zwischen den Kirchen statt, an Punkten die entdeckt werden wollen.



DER INTERESSIERTE

GUIDO, 27

Guido ist Design-Student. Er entdeckt in einer Kneipe auf dem Weg zum Klo eine PickUp Postkarte und steck sie ein. Sie gefällt ihm, obwohl er nicht weiß, ob das Zeichen, das ziemlich cool aussieht, etwas zu bedeuten hat. Unter dem Zeichen steht "Explorare!". Ok, aber was soll er entdecken? Er steckt die Karte ein und vergisst sie. Zwei Tage später besucht er seinen Kommilitonen Dieter, der im Eigelsteinviertel wohnt. Im Eigelsteinviertel begegnet ihm das Zeichen wieder. Moment – ist es das Zeichen von seiner Postkarte (die er jetzt dummerweise nicht dabei hat) oder ein anderes? Jedenfalls ein sehr ähnliches. Das Zeichen findet er an einer Häuserwand, auf der Straße und an einem Müllimer. Das kommt ihm ein bisschen mystisch vor. Er versucht herauszufinden, ob ein System dahinter steckt. Richtig schlau wird er nicht daraus. Kommilitone Dieter kennt die Zeichen auch schon. Er zeigt Guido einen Bierdeckel. Dort ist auf der einen Seite wieder das Zeichen und auf der anderen Seite eine Geschichte zu lesen. Nummer 5-796 – "Blaue Kacheln; Ursulastraße Nr. 25". Guido und Dieter lesen auf dem Bierdeckel von der Ursulastraße und der Nr. 25, deren Fassade im Jahr 1946 mit den Blauen Kacheln beflusst wurde. Neugierig auf mehr Information machen sie sich auf den Weg, Zeichen und Bierdeckel im Eigelsteinviertel zu suchen, und noch mehr Geschichten zu lesen. Zuhause angekommen, wirft Guido noch einen genauen Blick auf die Postkarte und findet auf der Rückseite eine Webadresse. Für den nächsten Tag nimmt er sich vor, die Website zu besuchen und dort vielleicht noch mehr Infos zu erhalten.



DER FLANEUR

HERR SCHMIDT, 56

Herr Schmidt, macht jeden Samstag Nachmittag einen gemütlichen Spaziergang durch ein Kölner Veedel. Neulich hat er Zeichen entdeckt, die er bislang noch nicht gesehen hat. Die Zeichen sind nicht identisch, ähneln sich aber sehr. Sie sind an Fassaden, auf Strassen, an Müllimern angebracht – und sogar sein Stammbüdchen hat eines dieser Zeichen im Fenster. In der Zeitung entdeckt Herr Schmidt die Zeichen wieder. Herr Schmidt erzählt seiner Frau davon. Der fällt sofort ein, dass ihre Nachbarin, Frau Sundermann, neulich vom Gemüse Becker eine Tragetasche bekommen hat, auf der auch ein seltsames Zeichen aufgedruckt war. Es hieß Via Sacra. Herr Schmidt fragte beim nächsten Einkauf Herrn Becker von Gemüse Becker nach der Herkunft der Tragetasche. Herr Becker erzählte ihm von der Mystifizierung Kölns und von der Bedeutung der Zeichen. Die Schmidts und die Sundermanns verabredeten sich daraufhin für den kommenden Samstag zum gemeinsamen Spaziergang, um noch ein bisschen mehr von der Via Sacra zu entdecken.



DER SPEZIALIST

PROF. INGRID LANGE, 45

Ingrid Lange ist Professorin für Architektur an der FH in Oldenburg. Die plan01 und die plan02 hat Prof. Lange bereits mit großer Begeisterung besucht und sie freut sich schon sehr auf die plan03 und die stattfindenden Events. In diesem Jahr wohnt Prof. Lange im Savoy-Hotel. Am Eingang des Hotels fällt ihr ein mysteriöses Zeichen – sehr chic in eine Edelstahltafel graviert – auf. Erfreut stellt sie fest, dass es im Hotel bereits ein Programm für die Eventwoche der plan03 für sie gibt und dazu ein kleines Buch auf dem "Via Sacra - Routecatcher" zu lesen ist. Interessiert vertieft sie sich in das Buch und erfährt von der Idee der Via Sacra, von so genannten Mystikonen und vielen Sehenswerten Orten und Gebäuden. Vor allem die bezeichneten Zwischenräume machen sie neugierig. Im hinteren Teil des Buches findet sie viele Beschreibungen und Erklärungen zu den Orten und Gebäuden – indiziert mit einem Nummernsystem. Auf der beiliegenden Stadtkarte sieht sie, dass sich das Savoy-Hotel mitten auf der Via Sacra befindet und obwohl sie eigentlich früh ins Bett wollte, schlüpfte sie noch einmal in ihre Sneakers. Sie schnappt sich das Buch und geht hinaus, um etwas Nachtluft zu schnuppern und neugierig ein paar wenige Stationen der Via Sacra zu besuchen.

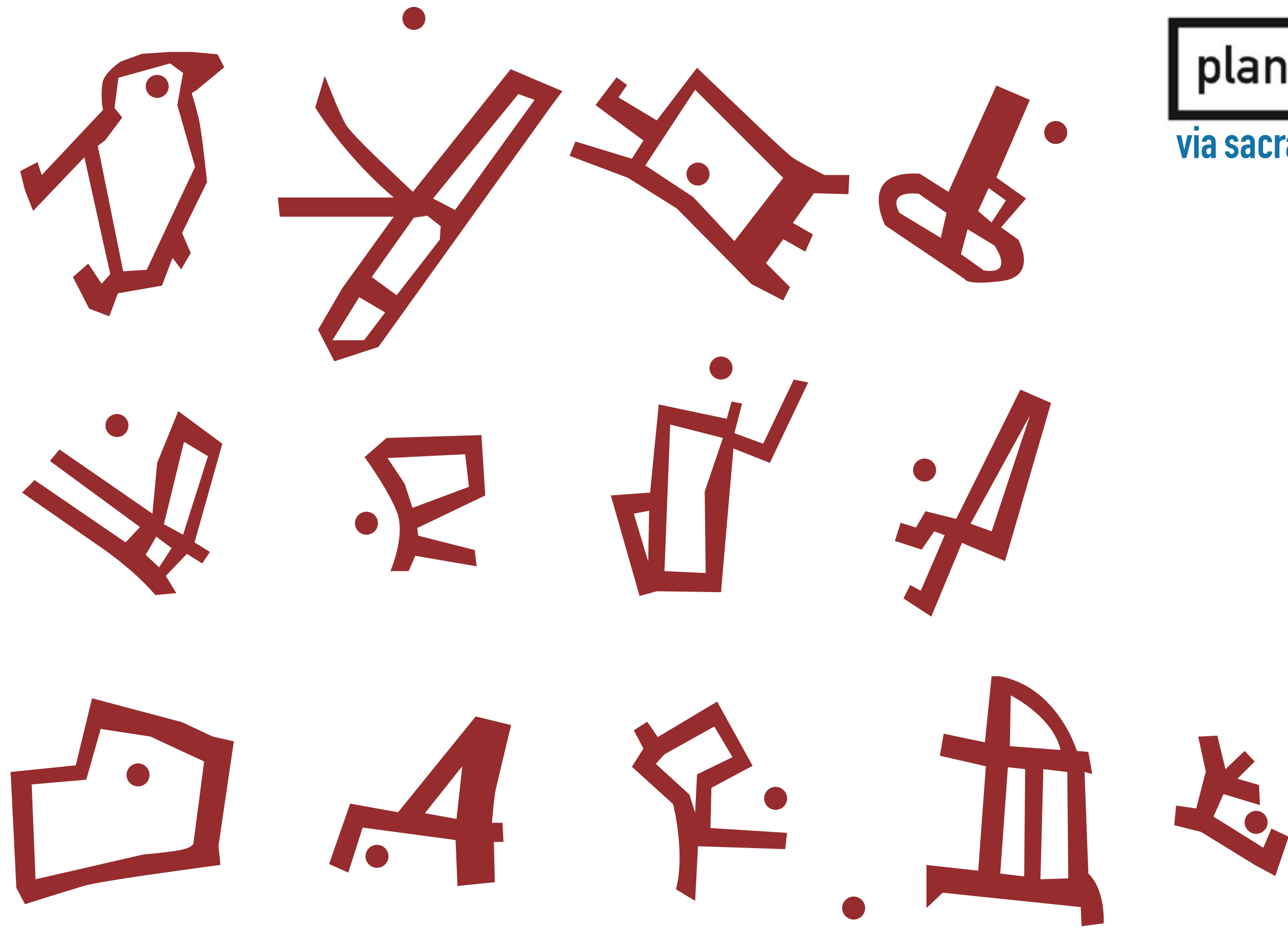


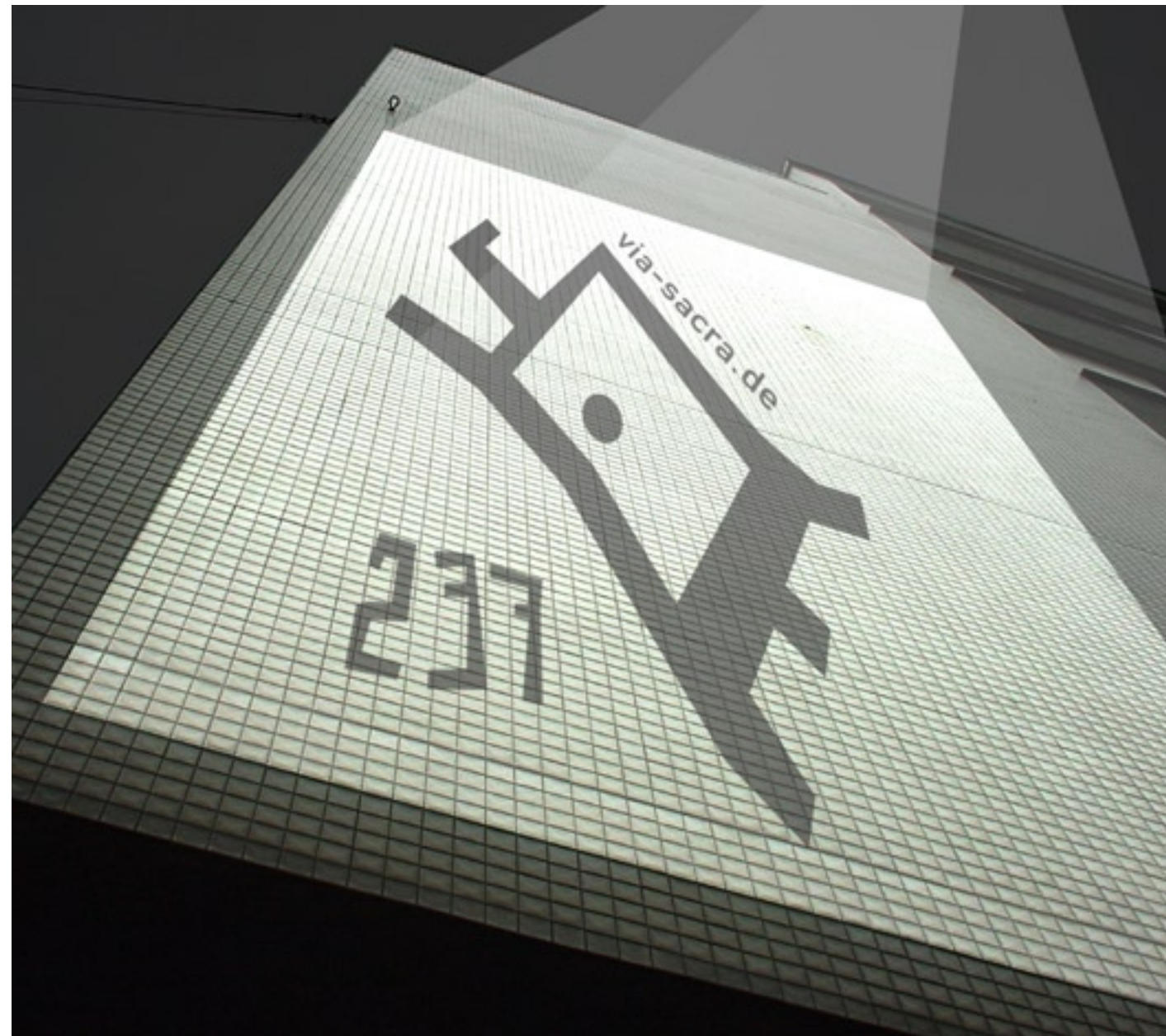
DER ANWOHNER

HERTA BECKER, 65

Herta Becker wohnt seit 30 Jahren im Mauritiussteinweg. Jeden Tag geht sie wenigstens 3 mal mit Rauhaardackel Matze um den Block. Sie kennt ihre Ecke in- und auswendig. Heute trifft Herta Becker Frau Wiese aus dem Erdgeschoss, mit der sie gerne ein kleines Schwätzchen hält. Frau Wiese erzählt, dass gestern ein junger Mann bei ihr geklingelt hat und von einer Via Sacra erzählt, die vor ihrer Tür entlang führe. Er wollte wissen, ob sie ein paar Geschichten rund um die Mauritiuskirche erzählen könnte – Dinge, die sich im Laufe der Jahre verändert haben. Und er hat ihr ein Informationsheftchen dagelassen und ein paar Aufkleber für ihr Fenster – mit Zeichen drauf. Und wenn sie Lust hätte, dann könnte sie in der nächsten Woche ja zu einem Stand vor der Nr. 12 kommen, der da für eine Veranstaltung aufgebaut wird. Es gäbe auch Kaffee und Kuchen. Und sie könne gerne jemanden mitbringen. Und ein bisschen von Früher erzählen. Herta Becker erinnert sich an die Zeit, als sie in den Mauritiussteinweg gezogen ist. Da gab es noch viel weniger Häuser und keine Straßenbahn. Und auf dem Kirchplatz war mittwochs und samstags immer Markt. Und dann fragt sie Frau Wiese, ob sie sich noch erinnern kann, wie vor 15 Jahren hier die Straßenbahn mal umgekippt ist und keiner durchkam – 4 Tage lang. Was für ein Aufstand! Frau Wiese fällt ein, dass sie noch Zeitungsausschnitte von diesem Ereignis hat und sie lädt Herta Becker und Dackel Matze spontan auf einen Kaffee ein, um gemeinsam die Ausschnitte anzuschauen. Abends geht Herta Becker noch in den Leuchtturm – ihre Stammkneipe – auf ein Kölsch. Wirt Peter zeigt ihr stolz die neuen Bierdeckel, die er bekommen hat – für so eine Veranstaltung. Herta Becker erkennt das gleiche Zeichen, das auch Frau Wiese auf ihren Aufklebern hat und erzählt Peter davon. Und fragt ihn, ob er sich noch an die umgekippte Bahn erinnern kann







ZEICHENSYSTEM

MYSTIKONE™ PAUSIEREN UND PLAUDERN

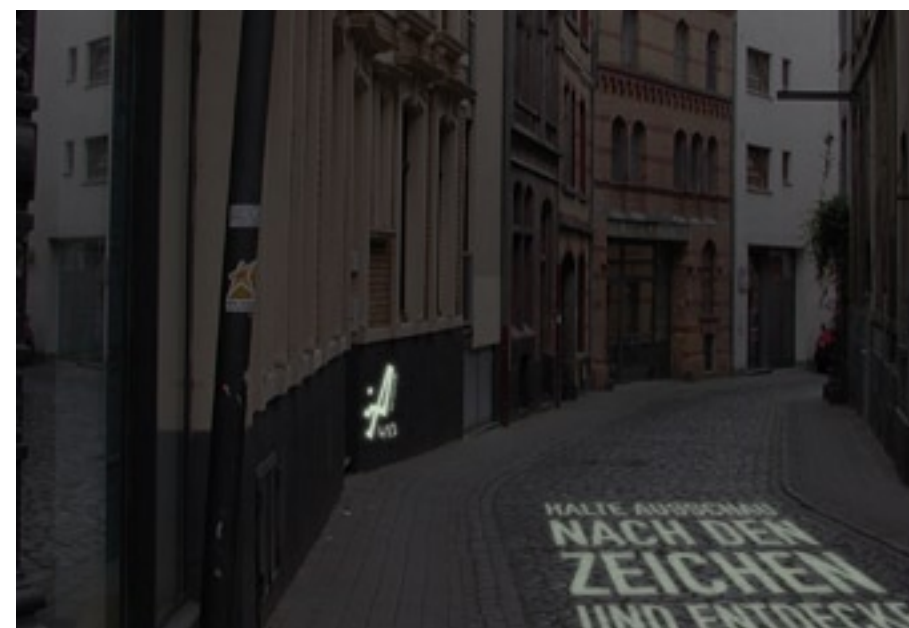
Was muss das Zeichen(system) der Via Sacra leisten? Soll es leiten, orientieren, deuten, einengen, spezialisieren? Durchdringen, auffallen, integrieren? Andeuten, hinführen, Raum lassen? Das Zeichen begleitet die Via Sacra und ihre Besucher. Es deutet an, verhält sich diskret, zwingt sich nur dem auf, der es zulässt. Es animiert zum entdecken. Explorare! Das Zeichen selbst versucht so wenig wie möglich als artifizierender Einschnitt in die bestehende Stadtstruktur einzugreifen – es ist in der Grundidee also non-invasiv. Es weist nicht die typische Ästhetik eines Leitsystems auf. Es findet mit seiner »improvisierten und subkulturell angehauchten« Erscheinung seinen Platz im Zeichen- und Schilderwald der Stadt. Es schiebt sich nicht schreiend in den Vordergrund - es erwartet, gesucht zu werden. Das Zeichensystem passt sich sowohl in seiner visuellen Erscheinung als auch in seiner Größe und somit Aufdringlichkeit flexibel seinem Einsatzgebiet an.

Mystikone™ Aufgrund seiner versteckten, subkulturellen und nicht ohne weiteres zu dechiffrierenden Anmutung hüllt sich das System in einen »Schleier der Mystik«. Köln wird durch dieses System (quasi über Nacht) mystifiziert. Die Mystikone begleiten den Besucher, den Flaneur, den gezielt Suchenden – jeden, der die Via Sacra betritt und leiten ihn, weisen ihn auf besondere Gebäude, sehenswerte Ecken hin - wenn er möchte.



Praktikabilität: Die Anbringung des Zeichens erfolgt im Wesentlichen durch permanente Farben, die mit Hilfe von Schablonen aufgetragen werden und durch Kreide (non-permanent). Kreide bietet den Vorteil, die formal sehr einfach gehaltenen Zeichen von "Prosumern" zu reproduzieren. In Einzelfällen können beispielsweise Gebäude mit individuell angefertigten Schildern ausgestattet werden, die zum look-and-feel der Umgebung passen. Für die Eventwoche wären ergänzend Projektionen – beispielsweise an Häuserfassaden, Brückenpfeiler, Wände, etc. – denkbar.

Varianten Schmutzlose Mystikons: Anstatt wie gewohnt Zeichen durch Aufbringen von Farbe, Klebefolie, etc. sichtbar zu machen, werden die Mystikons durch Wegnehmen von Material "angebracht". Beispielsweise dreckige Oberflächen werden mit Hilfe einer Schablone gereinigt, in schmutzige Fenster, auf schmutzige Autos wird das Zeichen eingewischt, bei fahlen Fassaden wird frische Farbe zum Anbringen des Zeichens verwendet, dreckige und abgenutzte Strassen werden partiell mit einem Sandstrahlgerät gereinigt.



ZEICHENSYSTEM

MYSTIKONE™
PAUSIEREN UND PLAUDERN

Nachtaktive Mystikons: Durch Einsatz von phosphorisierender Folie können an geeigneten Stellen der Strecke selbstleuchtende Mystikons angebracht werden. Da sich diese durch Sonneneinstrahlung aufladen, entstehen keine Stromkosten. Die Phosphor-Mystikons fallen tagsüber in der Stadt kaum oder gar nicht auf. Durch das nächtliche Leuchten treten die Zeichen in Erscheinung und untermalen sehr schön das mystische Gesamtbild.

Erweiterbarkeit: Das Zeichensystem soll so angelegt werden, dass der Benutzer es selbst erweitern kann, er also zu einem aktiven und »gestaltenden Teil« des Systems wird. Das Prinzip des Systems, könnte nach dem »Pilotprojekt« Via Sacra auch auf andere Teile der Stadt angewendet werden und bietet so auch weiterführendes Potential – für die Stadt Köln insgesamt und für die Touristikbranche im Speziellen.



ZEICHENSYSTEM

MYSTIKONE™ PAUSIEREN UND PLAUDERN

Charakteristik: Das Zeichen soll den Charakter einer Sprache aufweisen, die einem System folgt und erlernt werden kann. Das System verfügt über mehrere Codierungsstufen und kann sukzessive aufgedeckt werden – muss aber nicht, denn bereits als reines Zeichen erfüllt es seinen Zweck als »Guideline« der Via Sacra vollends.



plan
via sacra

03





LOKAL

BÜDCHEN SPRECHENDE KIOSKE

Aktion: Büdchen und Kneippen können als dauerhafte »Infopoints« verwendet werden, die bereits sinnvoll im Stadtbild integriert sind und dank ihrer zahlreichen Erscheinungsform auch im Rahmen der Via Sacra zu einem vorteilhaften Einsatz finden. Hier darf man a) auf die kölsche Redefreude und b) zumindest auf eine umfassende Kenntnis des Büdcheninhabers über Menschen, Bauten und Veränderungen im Veedel zählen. Vorteil: Sie dürfen als eine der besten Möglichkeiten betrachtet werden, Geschichten im Stile von Boris Sieverts an den Besucher zu bringen. Darüber hinaus können in den Büdchen alle anderen Medien (Bierdeckel, Infoblätter, Tüten etc.), die die Via Sacra betreffen, angeboten werden. (inkl. Guide).



PROMOTION

PLAUDERTASCHEN

EINKAUFSTÜTEN MIT GESCHICHTE

Aktion: Verbreitung von Mystikon-Tragetaschen durch die der Via Sacra angeschlossenen Geschäfte.

Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung und Verbreitung der Zeichen; der Träger einer "Plaudertasche" wird angesprochen – Gespräche entstehen.

Umsetzung: Produktion und Verteilung der Tragetaschen im Vorfeld der Veranstaltung – Verbreitung erst im Rahmen der Veranstaltung.



leiter (m/w)

Sie hohe Ansprüche an sich selbst für bieten ein erfolgreiches Konzept ise, eine gründliche Einarbeitung und nden Sie bitte Ihre Unterlagen an **strategische Finanzplanung mbH** g.schneider@vms-gruppe.com 36052 Bamberg - Tel. (0951) 9330-240

gische planung www.vms-finanplanung.com

ischen-Grüßadern ist ab sofort die **es CTA (BAT Vib) ochenergetischer Materialien** arakterisierung Stickstoff- istet auf 3 Jahre zu besetzen. ber(in) überwiegend präparativ auf dem Ge- mie arbeitet. Den Arbeitsschwerpunkt wird ochenergetischen Materialien (High Energy Prof. Dr. T. M. Klapötke, Department Chemie, D-81377 München

ine/n Mitarbeiter/in für d Marketing

r freiberuflich r. 45 - 81541 München - Tel. 0 89/44 14 08-0

genhausen sucht zum 15.07.2003 **stärkte** tung in den Programmen Word für Wind- lich. Erfahrung in sämtlichen Sekretari- kräftige Bewerbungsunterlagen mit Bild r no258469446 an SZ

boomenden Markt der „Zeitwertgerechten len. Bis zu 50% günstigere Kfz-Reparaturen nd für Sie der Weg zu einem attraktiven Ein- tr bieten Gebietschutz, umfangreiche Wer- keins Lager. Kapital erf. **reest GmbH**

nehmen, vorrangig im Bereich Compaq SER- ungen tätig, sucht TOP Verkäufer mit poten- zionen. Bei Klärung auch Beteiligung mög- web.de. 100% Diskretion wird zugesichert!

1 Mio. p.a.

Für TOP Kontakter bei lebenslangen Folgeeinnahmen, kein Verkauf, kostenlose Fernseh- & Print-Werbung

Telefon 07 31-17 67 956

schäft im Herzen von München (Fünf Höfe) und suchen freund- liche, qualifizierte **Lederwaren- fachverkäuferin** (Alter: 30-45 Jahre) auf 400-€-Basis. Ihre Bewerbung senden Sie bitte an un- serer Geschäftsstelle in München, Thea- tierstr. 8, 80333 München, z. Hd. Frau Brückner.

Immobilien- berater/innen

Sie sind zwischen 30 und 63 Jah- re alt, kontaktfreudig und aus- dauernd. Unsere Angebote sind gut, dahinter können Sie stehen! Wenn Sie branchenfremd sind, bilden wir Sie aus, auf unsere Kosten. Und auch danach zahlen wir gut. Haben Sie Lust?

Wirtschaftsdienst Bayern Tel. 0 89/7 10 90 31 12

Bitte beachten Sie bei der Beantwortung von Chiffre-Anzeigen:

Senden Sie Ihre Einzelofferte an folgende Anschrift: Süddeutsche Zeitung

Chiffre-Nummer 80289 München

Wählen Sie bei Sammel- Übersendungen folgende Anschrift: Süddeutsche Zeitung

Offerten-Versand 80289 München Fax: 0 89/21 83- 85 06

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen! AVR GmbH, Bettina Klocke Weltenburger Straße 4 83677 München e-mail: bl@cke@avr-werbeagentur.de

KREBBER Kommunikation
Lohenstraße 6 82166 Gräfelfing
Ihr Ansprechpartner: Marco Schäffer Tel.: 0 89-8 54 66-2 15
NOKIA CONNECTING PEOPLE
www.krebbert.com

Bestes Geschäft aller Zeiten Sie sind im Vertrieb/Verk. u. können sich ein mö. 3-8 st. Einkommen vorstellen. Wachstumsmarkt Nr.1 - **Europaweit konkurrenzlos!** International Director Frau Kessler Büro: ☎08203/6171, Fax -1838

Wir suchen zuverlässigen, erfahrenen Mi- arbeiter als **Druckerei-Sachbearbeiter** Ihre schriftl. od. tel. Bewerbung rich- ten Sie bitte an: Druckerei Kriechbaum- steinstr. 12, 82024 Taufkirchen/ München, ☎089/6129790

Wir suchen baldmöglichst einen jünge- ren, zuverlässigen u. verantwortungsbewus- teten **Mitarbeiter für die Sendungsabfertigung und Verfolgung im Lagerbereich.** Arbeits- zeit von 18-23 h. Ihre Bewerbung erbit- ten wir an Spedition Zollbitz, Zepplinstr. 33, 85748 Garching.

Zp. **Pewerpoint-Word-Gratik-Experte** (100%/Aushilfe) f. gelegentl. Präs.- u. Handbuchgestalt. ges. ☎089/227282

Mehr Zeit - mehr Geld - mehr Erfolg! www.access-center.info ☎07031/607971

Expandierende Münchner Full- Service-Agentur mit namhaften Kunden und eigenen Verlags- objekten sucht:

Trainee Abiturient(in), begeisterungs/fähig, flexibel, neugierig, mit viel Lust auf Werbung. Wir unterstützen Sie gerne bei Ihrer Ausbildung an der Bay. Akademie f. Werbung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen! AVR GmbH, Bettina Klocke Weltenburger Straße 4 83677 München e-mail: bl@cke@avr-werbeagentur.de

leiter (m/w)

Sie hohe Ansprüche an sich selbst für bieten ein erfolgreiches Konzept ise, eine gründliche Einarbeitung und nden Sie bitte Ihre Unterlagen an **strategische Finanzplanung mbH** g.schneider@vms-gruppe.com 36052 Bamberg - Tel. (0951) 9330-240

gische planung www.vms-finanplanung.com

ischen-Grüßadern ist ab sofort die **es CTA (BAT Vib) ochenergetischer Materialien** arakterisierung Stickstoff- istet auf 3 Jahre zu besetzen. ber(in) überwiegend präparativ auf dem Ge- mie arbeitet. Den Arbeitsschwerpunkt wird ochenergetischen Materialien (High Energy Prof. Dr. T. M. Klapötke, Department Chemie, D-81377 München

ine/n Mitarbeiter/in für d Marketing

r freiberuflich r. 45 - 81541 München - Tel. 0 89/44 14 08-0

genhausen sucht zum 15.07.2003 **stärkte** tung in den Programmen Word für Wind- lich. Erfahrung in sämtlichen Sekretari- kräftige Bewerbungsunterlagen mit Bild r no258469446 an SZ

boomenden Markt der „Zeitwertgerechten len. Bis zu 50% günstigere Kfz-Reparaturen nd für Sie der Weg zu einem attraktiven Ein- tr bieten Gebietschutz, umfangreiche Wer- keins Lager. Kapital erf. **reest GmbH**

nehmen, vorrangig im Bereich Compaq SER- ungen tätig, sucht TOP Verkäufer mit poten- zionen. Bei Klärung auch Beteiligung mög- web.de. 100% Diskretion wird zugesichert!

1 Mio. p.a.

Für TOP Kontakter bei lebenslangen Folgeeinnahmen, kein Verkauf, kostenlose Fernseh- & Print-Werbung

schäft im Herzen von München (Fünf Höfe) und suchen freund- liche, qualifizierte **Lederwaren- fachverkäuferin** (Alter: 30-45 Jahre) auf 400-€-Basis. Ihre Bewerbung senden Sie bitte an un- serer Geschäftsstelle in München, Thea- tierstr. 8, 80333 München, z. Hd. Frau Brückner.

Immobilien- berater/innen

Sie sind zwischen 35 und 65 Jah- re alt, kontaktfreudig und aus- dauernd. Unsere Angebote sind gut, dahinter können Sie stehen! Wenn Sie branchenfremd sind, bilden wir Sie aus, auf unsere Kosten. Und auch danach zahlen wir gut. Haben Sie Lust?

Wirtschaftsdienst Bayern Tel. 0 89/7 10 90 31 12

Bitte beachten Sie bei der Beantwortung von Chiffre-Anzeigen:

Senden Sie Ihre Einzelofferte an folgende Anschrift: Süddeutsche Zeitung

Chiffre-Nummer 80289 München

Wählen Sie bei Sammel- Übersendungen folgende Anschrift: Süddeutsche Zeitung

Offerten-Versand 80289 München Fax: 0 89/21 83- 85 06

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen! AVR GmbH, Bettina Klocke Weltenburger Straße 4 83677 München e-mail: bl@cke@avr-werbeagentur.de

KREBBER Kommunikation
Lohenstraße 6 82166 Gräfelfing
Ihr Ansprechpartner: Marco Schäffer Tel.: 0 89-8 54 66-2 15
NOKIA CONNECTING PEOPLE
www.krebbert.com

Bestes Geschäft allerZe Sie sind im Vertrieb/Verk. u. kö- sich ein mö. 5-8 st. Einkom vorstellen. Wachstumsmarkt N **Europaweit konkurrenzlos!** International Director Frau Kep Büro: ☎08203/6171, Fax -118

Wir suchen zuverlässigen, erfahre- arbeiter als **Druckerei-Sachbearbeiter** Ihre schriftl. od. tel. Bewerbung rich- ten Sie an: Druckerei Kriechbaum- steinstr. 12, 82024 Taufk ☎089/6129790

Wir suchen baldmöglichst einen jü- en u. verantwortungsbew- teten **Mitarbeiter für die Sendungsabfertigung im Lagerbereich.** Ihre Bewerbung erbit- ten wir an Spedition Zollbitz, Zepplinstr. 33, 85748 Garching.

Zp. **Pewerpoint-Word-Gratik-Experte** (100%/Aushilfe) f. gelegentl. Präs.- u. Handbuchgestalt. ges. ☎089/227282

Mehr Zeit - mehr Geld - mehr Erfolg! www.access-center.info ☎07031/607971

Expandierende Münchner Full- Service-Agentur mit namhaft Kunden und eigenen Verlags- objekten sucht:

Trainee Abiturient(in), begeisterungs/ flexibel, neugierig, mit viel Lu auf Werbung. Wir unterstütze Sie gerne bei Ihrer Ausbildung an der Bay. Akademie f. Werbung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen! AVR GmbH, Bettina Klocke Weltenburger Straße 4 83677 München e-mail: bl@cke@avr-werbeagentur.de



PROMOTION

TAGESZEITUNG STADTANZEIGER, EXPRESS, RUNDSCHAU

1. Aktion: Anzeigenschaltung, die die Zeichen bekannt macht, sie sich einprägen lässt und sie letztlich erklärt. Vorteil: Bekanntmachung der Via Sacra im Vorfeld der Event-Woche; Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen. Umsetzung: Schaltung der Anzeigen ab ca. 3-4 Wochen vor Beginn der Plan 03, in der Plan-Woche Anzeigenschaltung in Verbindung mit der Plan03 bringen und intensivieren.
2. Aktion: Einrichten einer Rubrik, in der spannende Geschichten zur Route erzählt werden. Vorteil: Die Via Sacra wird mit Leben gefüllt; Betroffene Anwohner z.B. werden inspiriert zu eigenen Geschichten. Umsetzung: Rubrik ca. 2 Wochen vor Beginn der Plan starten (täglich) und in die Event-Woche hinein laufen lassen. Anschliessende Weiterführung der Rubrik je nach Feedback.
3. Aktion: Kleine Anzeigenblöcke in der Zeitung, in denen die Mystikons der Via Sacra immer wieder auftauchen, für den Betrachter jedoch wie "reingeschmiert" aussehen. Vorteil: Erhöhte Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen. Umsetzung: Schaltung der Anzeigen ab ca. 3-4 Wochen vor Beginn der Plan 03 mit steigender Intensivierung, in der Plan-Woche Anzeigenschaltung in Verbindung mit der Plan 03 bringen.



PROMOTION

CITYLIGHTS MEGALIGHTS

Aktion: Plakatierung der Stadt.

Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen. Umsetzung: Plakatierung ab ca. 3-4 Wochen vor Beginn der Plan 03 mit steigender Intensivierung bis in die Plan-Woche.



PROMOTION

BESCHRIFTUNG

FAHRZEUGE ALLER ART

Aktion: Beschriftung von PKW's, LKW's, Bussen und Bahnen mit den Mystikons der Via Sacra. Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen.

Umsetzung: Beginn der Aktion ab ca. 3-4 Wochen vor Beginn der Plan 03 mit steigender Intensivierung bis in die plan03 Woche.



PROMOTION

LUFTBALLONS

VIA SACRA AM HIMMEL

Aktion: Verteilung von Luftballons als Give-Away im Rahmen der Veranstaltung. Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung und Verbreitung der Mystikons. Umsetzung: Produktion der Ballons im Vorfeld der Veranstaltung und Ausgabe im Rahmen der geplanten Events.



INTERPERSONELL

BIERDECKEL PARTNERPROGRAMM

Aktion: Kostenlose Verbreitung von Mystikon-Bierdeckeln in der Gastronomie entlang der Via Sacra – Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen; Erklärung der Zeichen. Persönlicher Kontakt: Der Wirt kann interessierten Gästen vielleicht in paar Geschichtchen zur Via Sacra oder auch einfach zur Bedeutung des Mystikons erzählen – die Gäste sprechen wiederum auf der anderen Seite animiert durch den Bierdeckel den Wirt aktiv an. Umsetzung: Produktion der Bierdeckel im Vorfeld der Veranstaltung – Verbreitung erst im Rahmen der Veranstaltung.



plan 03
via sacra

INTERPERSONELL

PICK-UP KARTEN
GUERRILLA POSTKARTEN

Aktion: Produktion von Pickup-Postkarten (low Budget mit hohem Verbreitungsgrad) und Bewerbung des Mystikons (Zeichensystem der Via Sacra). Vorteil: Schaffen einer erhöhten Aufmerksamkeit durch Mystifizierung und Wiederholung; Wiedererkennung der Zeichen; Erklärung der Mystikons; "automatische" und höchst umfangreiche, aufmerksamkeitsstarke Verbreitung. Umsetzung: Produktion der Postkarten im Vorfeld der Veranstaltung – Verbreitung ab 2 Wochen vor dem Veranstaltungszeitraum.

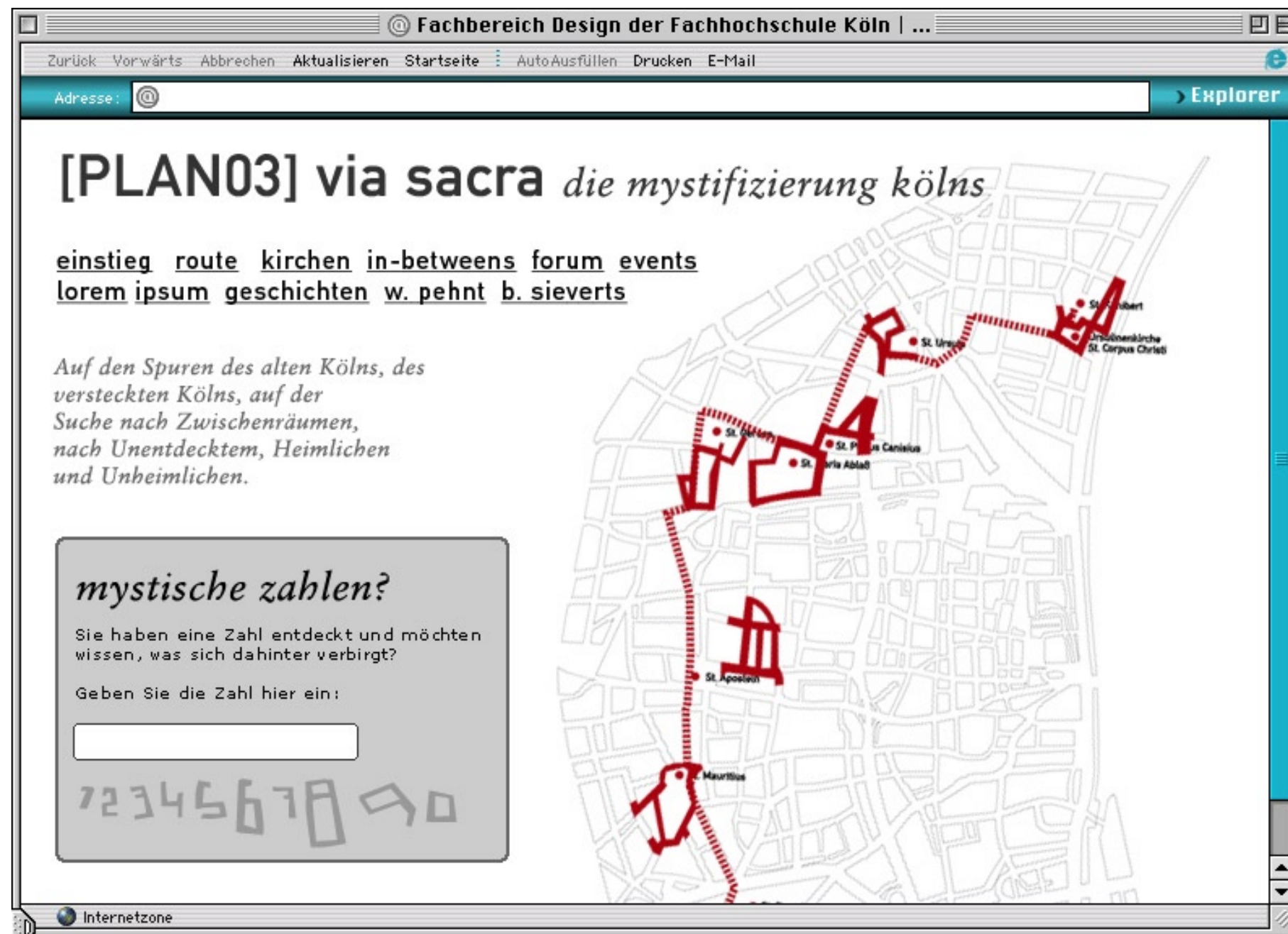


INTERPERSONELL

PDA VIA SACRA IN DER HAND

Aktion: Ausgeben von PDA's im Rahmen der Eventwoche (gegen Pfand) als Alternative oder Ergänzung zum Guide. Um den Consumer zum Producer – also zum Prosumer – zu machen, bietet der PDA dem Nutzer die Möglichkeit, selbst sehenswerte Orte und Stellen per PDA zu markieren. – **Sinn/Vorteil:** PDAs könnten sehr gut als Informationsträger dienen. Sie können z.B. per Bluetooth- und GPS-Technologie direkt und ohne große Suche Informationen zum aktuellen Standpunkt des Besuchers liefern. Der Nutzer wird aktiver Teil der Via Sacra und liefert wertvolles Datenmaterial auf spielerische Weise. –

Umsetzung: Sponsoren für eine leihweise zur Verfügungstellung der PDA's finden, die an einer zentralen Stelle während der Event-Woche ausgegeben werden. Über die Event-Woche hinaus könnten die PDA's beispielsweise von Tourismus-Veranstaltern eingesetzt werden. **Ideen:** Es ließe sich eine Geschichte entlang des Wegs erzählen, welche sich je nach Weg des Besuchers verändert und somit jedes mal ein bisschen anders ist. Bei Beendigung des persönlichen Rundgangs wird ein Ende für die Geschichte generiert.



INTERPERSONELL

WEB-APPLIKATION

MEDIALES KOLLEKTIV-GEDÄCHTNIS

Aktion: Aktion: Das Internet stellt das Medium mit dem höchsten Aktualisierungsgrad und der Möglichkeit einer sehr gestaffelten und geschichteten Informationsverteilung dar. Die Via Sacra Website begleitet die reale Strecke mit allen Besonderheiten, und bietet den Boden für die Erweiterung der Strecke durch vielfachen Erfahrungsaustausch. **Vorteil:** Mit Hilfe eines Zahlen-codes am Zeichen können Informationen zu einzelnen Standorten aufgerufen werden. Schnelle und gewinnbringende Einbeziehung von partizipierenden Personen bietet die Grundlage für ein interpersonell getriebenes Wachstum der Strecke. Darüberhinaus können im Internet alle Informationen bezogen werden (Guide zum Download, Foren, etc.). **Umsetzung:** Die Web Applikation bietet unterschiedliche Schwerpunkte als Zugangsmöglichkeit. Der Besucher kann ergänzen bzw. verändern, nachschlagen/nachfragen, vorbereiten oder sein Viertel entdecken.

INTERPERSONELL

ROUTE GUIDE™ STADTTEXT

Aktion: Das zentrale Element des ExploreGuide™ und auch einzeln erhältlich. Für den informativen Einsatz vor und während einer Via Sacra Begehung. Vorteil Durch das Druckwerk RouteGuide™ wird die geschichtliche Dimension der einzelnen Via Sacra Passagen einprägsam mit Gesichtern gefüllt, die Köln etwas Patina wiederschenkt. Umsetzung Gleich mit dem ExploreGuide™ jedoch auch einzeln produzierbar.



INTERPERSONELL

EXPLORE GUIDE™ VIA SACRA FÜR DIE SINNE

Aktion: Erwerbliches TouristenSet, Einführung zur Eventwoche plan03 oder später denkbar. Essentiell für den ExploreGuide™ ist die Existenz des schriftlichen Tourbegleiters. Vorteil Durch den ExploreGuide™ werden Auge und Ohr gezielt angesprochen. Der Fokus liegt auf Sehen und/oder Hören. Geschichten und Besonderheiten rücken ins Zentrum der Betrachtung. Umsetzung Produktion des ExploreGuide™ im Vorfeld der Veranstaltung. Verkauf, Verlosung, Leihgabe etc. im Umfeld der Veranstaltungen. In Zukunft erhältlich über Touristenverbände, Kircheneinrichtungen und über selbständige Via Sacra Guides.



INTERPERSONELL

EAR CATCHER™ JEDE STADT HAT OHREN

Aktion: Element des ExploreGuide™ oder auch einzeln erhältlich. Für den gezielten Einsatz innerhalb der relevanten Erlebniszonen. Vorteil Durch das Hörrohr EarCatcher™ wird der Erlebnishorizont der Via Sacra über die retinale Erfahrung hinaus erweitert. Der Nutzer wird sich auch der unterschiedlichen akustischen Qualitäten eines Quartiers bewusst. Umsetzung Gleich mit dem ExploreGuide™ jedoch auch einzeln produzierbar.



INTERPERSONELL

EYE CATCHER™ VIA SACRA GESTERN UND HEUTE

Aktion: Element des ExploreGuide™ oder auch einzeln erhältlich. Für den gezielten Einsatz innerhalb der relevanten Erlebniszonen. Vorteil Durch drei nummerierte Diashows im Inneren jedes EyeCatcher™ wird der Kontakt zu den Mysticons im urbanen Raum hergestellt. Der Nutzer kann Geschichte und Aktualität eines Ortes synchron verfolgen. Umsetzung Gleich dem ExploreGuide™ jedoch auch einzeln produzierbar.

