



**COMMUNIQUE**

**FREI ZUR**

Urdorf, 30.06.04

**Die Finalisten im Sicherheitswettbewerb "Deine Ideen aufs Plakat!":**

## **Workshop mit den Profis**

**Als Premiere für die Schweiz hat Renault den mittlerweile schon etablierten Wettbewerb "Sicherheit für alle" im vergangenen Herbst nicht nur für Primarschulen, sondern auch für die 12- bis 15-jährigen Schüler der Oberstufen ausgeschrieben und ihnen damit das Wort erteilt. Zusammen mit Frankreich und Spanien war die Schweiz Pilotland für dieses Projekt. Das Motto hiess "Deine Ideen aufs Plakat!", eine Aufforderung, der Jugendliche aus der ganzen Schweiz denn auch nachgekommen sind. Die drei Finalklassen, deren Plakatvorschläge von einer kompetenten Jury als beste beurteilt wurden, erhielten als Preis nicht nur je eine Videokamera, eine Digitalkamera und 500 Franken in die Klassenkasse, sondern konnten ihre Idee auch anlässlich eines Workshops in der Werbeagentur von Renault zusammen mit Spezialisten professionell umsetzen.**

Die Sicherheit im Strassenverkehr ist ein Thema, das alle betrifft. Mit der Sicherheit seiner Automobile leistet Renault einen wichtigen Beitrag dazu. Doch auch die leistungsfähigsten Technologien vermögen menschliches Versagen – die Ursache bei 90% aller Verkehrsunfälle – niemals vollkommen auszuschliessen. Um die Bemühungen steter Forschung und Innovation noch wirksamer zu machen, braucht es bereits in der Schule eine grundlegende Sensibilisierung für das verantwortungsbewusste Verhalten. Dies ist denn auch das Ziel des Programms "Sicherheit für alle", welches Renault seit nunmehr vier Jahren durchführt.

### **Renault erteilt das Wort den Jungen**

Das Projekt "Deine Ideen aufs Plakat!" stellte den Schulklassen der Oberstufen eine sowohl einfache als gleichzeitig auch anspruchsvolle Aufgabe: eine möglichst grosse Anzahl von Plakatvorschlägen zusammenzubringen, um zu zeigen, dass junge Menschen die Ideen und das Talent haben, ihren Beitrag zur Verminderung der Risiken im Strassenverkehr zu leisten, indem sie Verhaltensweisen positiv beeinflussen.

Als Hilfe für die Lehrkräfte stellte Renault den teilnehmenden Klassen ein Pädagogik-Kit zur Verfügung, das aus verschiedenen interaktiven Werkzeugen bestand: eine Anleitung für den Lehrer, ein Einführungsvideo, in dem mehrere Sicherheitsexperten von Renault verschiedene Aspekte zum Thema erörterten sowie eine CD-Rom mit einem speziellen Gestaltungsprogramm. Besonderer Anreiz für die Schüler – neben den ausgeschriebenen Hauptpreisen – sollte sein, dass ihr Werk im Falle einer Finalteilnahme zusammen mit Profis optimiert und anschliessend zum öffentlichen Aushang gelangen sollte.



### **Die drei Finalisten**

Die drei Klassen, die von der aus Fachleuten zusammengesetzten Jury schliesslich als Finalisten erkoren wurden, kommen sowohl aus der Deutschschweiz als auch aus der Romandie:

**Klasse E4d der Sekundarschule Waldenburgertal in Oberdorf** (3 Schüler, 15 und 16 Jahre, Klassenlehrerin Kathrin Lüthi)

**Klasse 6A der Schule Gros-Seuc in Delémont** (7 Schüler, 12 und 13 Jahre, Klassenlehrer Philippe Rossinelli)

**Klasse 9G1 der Oberschule Léon-Michaud in Yverdon** (12 Schüler, 15 und 16 Jahre, Klassenlehrer Philippe Bachmann zusammen mit dem wissenschaftlichen Professor Jacques Pfister, der dieses interdisziplinäre Projekt begleitet hat)

### **Der Workshop bei Publicis**

Zum Treffen mit den Profis der Werbeagentur Publicis reisten die Klassen auf Einladung von Renault Nissan Suisse an unterschiedlichen Tagen mit der Bahn nach Zürich. Bevor es nach der Ankunft in der Agentur an die eigentliche Arbeit ging, gab es zur Stärkung erst Kaffee und Gipfeli.

Die anschliessende Arbeitssitzung wurde in der Kreativabteilung der Agentur abgehalten, wo die Westschweizer Klassen unter fachkundiger Anleitung von Michel Corbaz, Direktor und Creative Director von Publicis Lausanne, die Deutschschweizer zusammen mit Walter Hugelshofer, Art Director von Publicis Zürich, an der Optimierung des eigenen Plakats arbeiteten. Um die zur Verfügung stehende Zeit effizienter nutzen zu können, versteht es sich von selbst, dass Kreativteams von Publicis bereits vor dem Workshop mit den Schülern an der Gestaltung der einzelnen Projekte gearbeitet hatten.

Die Aufgabe der beiden Gruppenleiter bestand darin, die Diskussion mit den Schülern anzuregen und ihnen zu erklären, weshalb und wie gewisse Elemente ihres Entwurfs überarbeitet werden sollten, um ein wirkungsvolles Plakat zu erhalten, das die Botschaft dem Zielpublikum nachhaltig vermittelt. Dabei wurden den Jugendlichen auch die verschiedenen Gestaltungstechniken näher gebracht.

Ganz zum Schluss wurde dann im Rahmen der Gruppe entschieden, welches überarbeitete Bild, welcher Slogan und welche Gestaltung das Plakat erhalten sollte, bevor es dann in den Druck geht und an öffentlichen Plakatwänden ausgehängt wird.

Der Workshop endete mit einer Agenturbesichtigung unter der Führung von Philippe Meyer, dem für Renault zuständigen Werbeberater, und seiner Assistentin Nina Scotti. Bei dieser Gelegenheit wurden den aufmerksamen Schülern die verschiedenen Berufe in der Werbebranche erklärt.

Nach all diesen neuen Eindrücken hatte man sich dann das leckere Mittagessen mit Truck Burger, Pommes Frites und Salat in einem nahe gelegenen Restaurant verdient!

Vorläufig letzte Etappe dieses Wettbewerbs wird nun noch der Aushang der drei Plakatsujets der Kampagne "Deine Ideen aufs Plakat!" sein. Der Mediaplan wird demnächst unter [www.sicherheit-fuer-alle.ch](http://www.sicherheit-fuer-alle.ch) und auf der Website <http://renault.media.ch> publiziert.

**Photos sind auf <http://media.renault.ch> zu finden.** (Online-Akkreditierung für Medienvertreter, die noch keinen persönlichen Zugangscodes haben.)

Ausführlichere Informationen zu diesem Wettbewerb gibt es auf der Website [www.sicherheit-fuer-alle.ch](http://www.sicherheit-fuer-alle.ch) oder direkt bei **Renault Nissan Suisse SA, Kommunikationsdirektion**, Kontakt: Corinne Martin, Tel. 0041.44.777 02 26 oder Mail [corinne.martin@renault.ch](mailto:corinne.martin@renault.ch)