

Alles Altstadt.

Mit einer knallbunten Kampagne bekennen Faszination Altstadt e.V. und das stadtwerk.regensburg buchstäblich Farbe. Dahinter steckt die Regensburger Agentur seitenwind. Im Interview verrät das Projektteam mehr vom Making-of.

Die Kampagne „Alles Altstadt“ ist definitiv ein Hingucker. Wie seid ihr darauf gekommen?

Nadine Jäger: Im Kreativteam war uns von Anfang an klar, dass die Kampagne, die ja zunächst nur digital geplant war, anders sein sollte als alles, was bisher da war: also Illustrationen statt Fotos, grelle Farben statt dezenter Harmonie - und Gegensätze, die Spaß machen. Die Motive sollten einfach auf den ersten Blick knallen.



„Als Projektmanagerin sind bei mir alle Fäden von der ersten Idee bis zur fertigen Kampagne zusammengelaufen.“

Nadine Jäger



„Als Creative Director war ich für die Kreativrunden verantwortlich.“

Helge Krausler

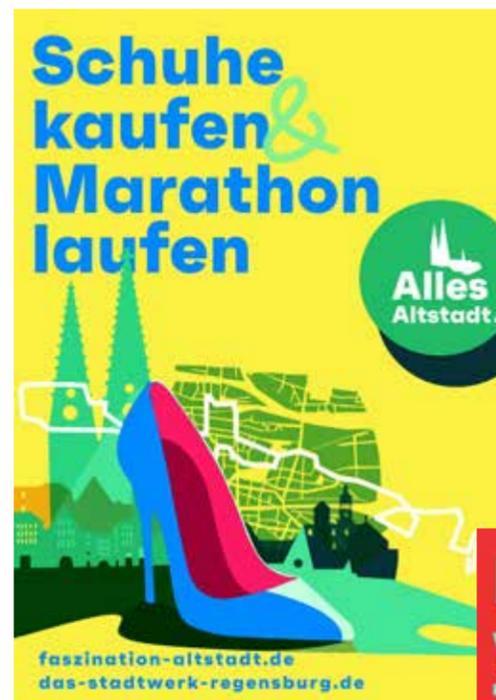


Ging das so flott, wie sich das gerade anhört?

Nein, natürlich nicht! Es gab mehrere Kreativrunden mit allen Beteiligten, in denen sämtliche Ideen auf den Tisch kamen - egal wie verrückt. Nichts wurde zunächst bewertet, das ist wichtig für den kreativen Prozess. Erst zum Schluss haben wir überlegt, was tatsächlich umsetzbar wäre. Dabei wurde groß gedacht, also weg von der reinen Digitalanzeige hin zu vielen anderen Anwendungen - was nun ja auch realisiert wurde. Diese Flexibilität und Vielseitigkeit machen eine gute Kampagne aus.

Am Ende wurden zwei Ansätze präsentiert und aus beiden sind Aspekte in die Kampagne eingeflossen. Ging das so einfach?

Helge Krausler: Ja, das war gut möglich. Denn die Grundidee hinter beiden Ansätzen war das Konzept erleben statt erledigen. Das besondere Flair von Regensburg macht nämlich genau das möglich. Verkürzt wurde daraus in einem kreativen Prozess der Slogan Alles Altstadt. Anspruchsvoll war allerdings die Aufgabe, diese Botschaft plakativ, kurz und knapp zu transportieren, ohne dabei die breit gefächerte Zielgruppe mit Stadtbewohner:innen und Menschen aus dem Umland aus dem Auge zu verlieren. Schließlich soll die Kampagne ja auf den ersten Blick verstanden werden - von allen.



„Als Texterin freut man sich über solche komplexen Aufgabenstellungen.“

Julia Schweinitz



Das interessiert uns näher: Was genau soll denn verstanden werden?

Julia Schweinitz: Selbst Regensburger:innen muss man immer wieder darauf hinweisen, dass sie in einer tollen Stadt leben. So, wie sie bei den Plakaten „richtig hinschauen“ müssen, lohnt es sich auch, die Regensburger Altstadt mit neuen Augen zu sehen. Und das Umland weiß oft gar nicht, wie unkompliziert und vielseitig der Stadtbummel in der Altstadt ist. Da steht zwischen den Zeilen „fahr doch mal wieder hin!“. Und wenn dann ein Plakat mit Park & Ride Familienzeit lockt, unterstützt das die Entscheidung.

Gut, kommen wir zu den sechs Plakatüberschriften. Wie seid Ihr auf die ungewöhnlichen Kombinationen gekommen?

Julia Schweinitz: Hintergrund war die Idee, den Facettenreichtum der Stadt darzustellen, also Weltkulturerbe und Einkaufserlebnis, Modernität und Geschichte. Oder anders gesagt: Hier kann man viel erleben - und zwar immer mit Mehrwehrt.

Diesen Facettenreichtum zeigen ja auch die Plakate. Was ist das Gestaltungskonzept dahinter?

Stefanie Traidl: Zunächst einmal mal Farbe! Das garantiert einen hohen Wiedererkennungswert, so dass jeder die Plakate auch im Vorbeigehen zuordnen kann und versteht: Ah ja, alles Altstadt.



„Illustrationen, Farbgebung und Typografie waren mein Job. Hat Spaß gemacht!“

Stefanie Traidl

Aber da ist ja viel mehr drauf...

Stimmt. Das ist dann für den zweiten Blick. Wir haben nämlich viele Details in den Motiven versteckt, die etwas mit der Stadt zu tun haben: Musik, Blaue Nächte, Kopfsteinpflaster ... Man entdeckt immer etwas Neues, genau wie in der Stadt auch! Das soll Spaß machen und gleichzeitig transportieren, wie wir unsere Altstadt sehen, oder auch die Frage aufwerfen: Ich lebe hier, aber wie oft nehme ich wirklich wahr, was es hier alles gibt?

Und welche Reaktion wünscht ihr Euch, wenn Menschen vor einem der Plakate stehen?

Im besten Fall Wow! oder Hey cool!