



*schau mit mir hinter die
Kulissen!*

PROJEKTDOKUMENTATION ZUM LEHRPROJEKT

**Broschüre: Digital auf den
Kopf gestellt**

Lisa Hiltbrand
*Bachelorstudiengang Multimedia
Production an der FHGR und BFH*

LEHRPROJEKT

Im Bachelorstudiengang Multimedia Production / Media Engineering

der FHGR (Fachhochschule Graubünden)
und BFH (Berner Fachhochschule)

am IMP (Institut für Multimedia Production)

Verfasserin

Lisa Hiltbrand

Kirchbergstrasse 63, 3400 Burgdorf

lima.hiltbrand@hispeed.ch

Referentin

Franziska Oehmer-Pedrazzi

Korreferentin

Nina Schmulius

Abgabedatum

12. August 2022

DIGITALISIERUNG VERBINDET, ODER?

Wenn ich meinem Grosi zuhöre, wie sie von früher erzählt, nehmen ältere Menschen in ihren Erzählungen immer einen wichtigen Stellenwert ein. Sie fungieren als Wissensvermittler:innen und Ratgeber:innen – sie sind die, die das Leben schon zu einem grossen Teil gelebt haben und wichtige Erfahrungen mit sich bringen.

Es scheint, dass das heutzutage nicht mehr den gleichen Stellenwert hat. Plötzlich übernimmt das Internet viele dieser Aufgaben – inklusive Unterhaltung, Alltagsplanung und Kommunikation.

Aber was ist aus den alten Menschen geworden? Wie nehmen sie die Digitalisierung wahr und wie bewegen sie sich in der digitalen Welt? Und vor allem: Sind alte Menschen eigentlich alle vom Internet überfordert?

Oder umgekehrt gefragt: wie nehmen ältere Menschen den Internetkonsum der jüngeren Generation wahr? Was denken sie, wenn wir tippen, swipen und „memölen“? Sind eigentlich alle Jungen immer am Smartphone?

Anstatt mir das Ziel zu setzen, zu versuchen, all diese Fragen wahrheitsgetreu, gut recherchiert und repräsentativ zu beantworten, habe ich mich entschieden, die Generationen selbst sprechen zu lassen!

Na, neugierig geworden?

UND WAS HAST DU DAMIT ZU TUN?

Geht denn dieses Projekt nicht nur alte Leute etwas an?

Nein! Denn die Digitalisierung ist nicht nur eine technische Entwicklung, sondern vor allem auch eine Veränderung der Kommunikation. Genau darum betrifft diese Thematik uns alle.

Unsere Challenge ist es, neu und individuell herauszufinden, wie die Kommunikation in unserer Gesellschaft für alle stimmig gestaltet werden kann – und das geht nur zusammen! Denn genau so unterschiedlich wie die Generationen sind auch die Menschen, die Teil davon sind.

Schön, dass du mit an Board bist!

ABLAUF

Und wie bin ich bei diesem Projekt vorgegangen?

ungefähr so:

Erkenntnisse aus der Theorie	6
01 Brainstormen	8
02 Konzipieren	9
03 Planen und Strukturieren	12
04 Gestalten	15
05 Produzieren	17
06 Aufschalten	19
06 Drucken und Basteln	20
07 Anstossen	21
Herausforderungen	22
Fazit	23
Quellen	25

ERKENNTNISSE AUS DER THEORIE

In meiner Bachelorarbeit ging ich der Fragestellung nach:

Wie hat sich der Stellenwert älterer Menschen in der Schweizer Gesellschaft in den letzten 60 Jahren durch die Digitalisierung verändert und was sind Push- und Pull-Faktoren für diese Entwicklung?

Was ist dabei herausgekommen? Mithilfe einer theoretischen Aufarbeitung der Thematik sowie mit Leitfadeninterviews mit Personen der Generation Z (Jahrgang zwischen 1995 und 2005) und Personen der Generation ü70 (Personen, welche älter als 70 Jahre sind) habe ich folgende Erkenntnisse gewonnen, welche in das Lehrprojekt einfließen:

Ja, der Stellenwert älterer Menschen hat sich verändert.

Ältere Menschen haben nicht mehr den gleichen Stellenwert in der Gesellschaft wie noch vor 60 Jahren.

Jedoch ist das Bewusstsein für die Problematik höher als angenommen. Der Fokus des Lehrprojekts sollte deswegen nicht auf der Aufklärung liegen, sondern auf dem Aufzeigen von Möglichkeiten, wie sich die Generationen wieder näher kommen können.

Die Digitalisierung ist mit schuldig.

Fünf von Sechs der befragten Personen geben an, dass ein Internetzugang heutzutage notwendig ist, um Teil der Gesellschaft zu sein.

Was sind die
Folgen?

Die Nichtteilnahme in der digitalen Welt bedeutet auch eine verminderte Teilnahme in der Gesellschaft – häufig benannte Folgen davon sind Ausschluss oder Rückzug aus der Gesellschaft oder Zwang zur Internetnutzung.

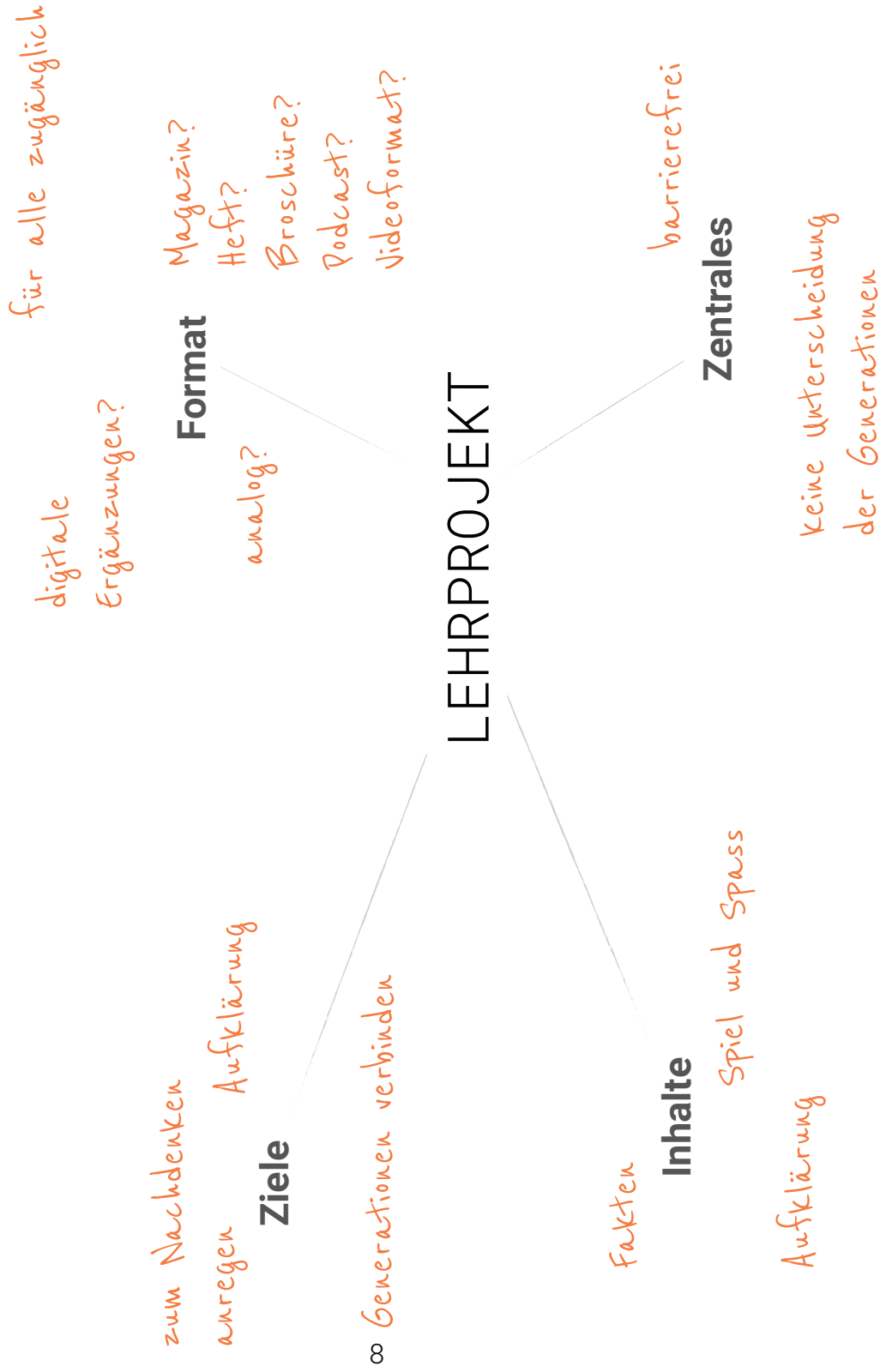
Was können wir
dagegen tun?

Es macht einen enormen Unterschied, ob die Unterstützung vom Umfeld gewährleistet ist – denn der Start in die digitale Welt kann eine grosse Herausforderung darstellen und viele Fragen und Unklarheiten mit sich bringen.

Daneben gibt es auch ältere Menschen, die sich ganz bewusst gegen die Internetnutzung entscheiden – sei es aus Zeitgründen oder einfach, weil kein Bedürfnis da ist. Hier ist von der Gesellschaft Akzeptanz gefragt.

Ausserdem muss neu und individuell herausgefunden werden, wie die Kommunikation für beide Seiten bzw. Generationen stimmig gestaltet werden kann und welche Kommunikationsmittel zum Zug kommen. Denn Kommunikation ist genau so individuell wie die Menschen, die sie praktizieren!

01 BRAINSTORMEN



02 KONZIPIEREN

Recherche ist nicht immer spannend, aber wichtig! Um ein passendes und neues Format für zwei verschiedene Generationen zu entwickeln, habe ich mich erstmal umgeschaut, was es auf dem Markt bereits gibt und was meine Idee einzigartig macht.

Die Konkurrenz

Hefte für Jugendliche und Hefte ältere Menschen

Auf dem Markt gibt es für jede Altersgruppe eine Auswahl an Angeboten. So zum Beispiel das Jugendmagazin 4-TEENS für Teenager, welches Unterhaltung und Wissen bietet (United Visions GmbH, 2022).

Die Zeitlupe versorgt Senior:innen mit Unterhaltung, Informationen und Tipps zum Alltag in der zweiten Lebenshälfte. Ausserdem bietet das Magazin mit dem „Treffpunkt“ einen Begegnungsort und die Möglichkeit zur Interaktion an (Pro Senectute Schweiz, 2022).

Generationsübergreifende Angebote

Die Online-Plattform „hey nana“ ist ein kreatives Beispiel dafür, wie Generationen verbunden werden können. Sie bietet die Möglichkeit zum Austausch zwischen zwei Generationen von Frauen – Grossmütter und ihre Enkelinnen erzählen gemeinsame Geschichten (Löhle, 2022).

Beiträge zum Thema Alter und Altern

Das Alter und Altern wird in Magazinen, Online-Publikationen und anderen Medien immer wieder thematisiert. Unter anderem erschien im 2012 von GEO ein ganzes Heft zum Thema Alter, welches die Thematik von verschiedenen Seiten beleuchtet (GEO, 2012).

Das Alleinstellungsmerkmal (USP)

Aus der Recherche zu ähnlichen Angeboten im deutschsprachigen Raum hat sich das Alleinstellungsmerkmal ergeben, also das, was mein Magazin einzigartig macht.

Auf dem deutschsprachigen Markt gibt es Hefte für junge Menschen, Hefte für ältere Menschen, generationsübergreifende Projekte und Artikel, die sich mit dem Thema Alter auseinandersetzen.

Mein Ziel ist es, all das zusammenzubringen. Ein Heft, indem Generationen zusammenkommen und sich austauschen – und dabei etwas mehr über die Welt der anderen Generation erfahren.

USP: Eine Broschüre kreieren, die zwei auseinanderliegende Generationen zusammenbringt.

Die Leser:innen

Ich hätte es mir einfach machen und sagen können, dass das Produkt, welches ich entwickle, einfach für alle da ist – wollte ich aber nicht! Ich habe mich bewusst entschieden, zwei Generationen anzusprechen, eine junge Generation und eine alte Generation. So behandle ich nicht nur das Thema Digitalisierung, sondern gehe noch einen Schritt weiter und versuche, diese beiden Generationen trotz der Digitalisierung und dem sich verändernden Stellenwert näher zueinander zu bringen.

Um aufzuzeigen, an welche Personen sich das Magazin richtet, habe ich zwei Personas erstellt. Das sind sozusagen Prototypen für eine Gruppe von Nutzer:innen. Voilà!

Rahel

Rahel ist Teil der Generation Z, hat gerade ihr Studium begonnen und ist eine aufgestellte extrovertierte Frau, die sich gerne weiterbildet. Sie knüpft gerne

Kontakte und lernt gerne verschiedene Menschen und Sichtweisen kennen – vor allem darum, weil sie gerne Zusammenhänge versteht.

Während den Vorlesungen und Abends nutzt sie das Internet wie aus Social Media – sowohl zur Wissensaneignung wie auch zur Unterhaltung. Über aktuelles informiert sie sich gerne durchs Zeitung lesen, je nach Ort tut sie das Online oder im Printformat.

Fritz

Fritz ist Teil der Generation ü70 und schon eine Weile in Pension, ihm ist aber nur selten langweilig, denn es gibt noch viel zu entdecken. Unter anderem fürs Internet und den Computer empfindet er eine grosse Faszination, findet es aber gleichzeitig auch beängstigend und einschüchternd.

Um mit seinen Kindern und Grosskindern in Kontakt zu bleiben, nimmt er auch mal das Handy zur Hand. Am liebsten kommuniziert er aber immer noch klassisch – vor allem mit seinen Kollegen aus dem Turnverein.

Informationen und Neuigkeiten bezieht er vor allem in analoger Form. Er liest täglich Zeitung und auch andere Wissensmagazine. Für Unterhaltung abends sorgt dann meistens der Fernseher.

03 PLANEN UND STRUKTURIEREN

Die Broschüre

Die Entscheidung ist gefallen – das Lehrprojekt soll eine Broschüre werden! Eine Broschüre eignet sich sehr gut, die geplanten Inhalte an die Zielgruppe zu übermitteln. Sie ist ausserdem handlich und kann so sehr einfach an passenden Orten für die Generationen aufgelegt werden.

Ein zentrales Argument ist ausserdem, dass das Format möglichst barrierefrei und für alle zugänglich sein soll. Durch die analoge Umsetzung wird genau das ermöglicht.

Der „WOW“-Effekt

Schnell war klar, so ein wichtiges Thema muss auch mit einem Wow-Effekt auf sich aufmerksam machen, und im allerbesten Fall sogar schon mit der Titelseite Gespräche anregen. Wie das gehen soll? In dem schon mit der Titelseite aufgezeigt wird, dass es verschiedene Perspektiven auf dieses Thema gibt!

Nach langem Tüfteln stand endlich das finale Konzept – die Broschüre hat keine „Vorder-“ und „Rückseite“, sondern lässt sich von beiden Seiten durchblättern. Eine Seite für die Generation Z, eine Seite für die Generation ü70. Und in der Mitte treffen sie dann aufeinander – dieser Mittelteil fungiert als gemeinsamer „Hauptteil“ und wird dadurch hervorgehoben, dass er etwas breiter und in orange gestaltet ist. So liegt der Fokus voll und ganz auf dem Zusammenkommen!

Wooww!

Die Umsetzung

Das Heft wird angereichert mit QR-Codes, welche vorwiegend die Persona Rahel ansprechen sollen, aber auch eine Motivation für die Persona Fritz sein können, sich mit den weiterführenden Links zu beschäftigen. Es wird also nicht eine Unterscheidung der Generationen angestrebt, sondern eine Verknüpfung.

Die QR-Codes verlinken zu einer Ablage, auf der dann die weiterführenden Informationen, wie zum Beispiel Videos oder Audiodateien, abgelegt sind.

Für die Umsetzung wird die Adobe Creative Cloud genutzt – dabei kommt für die Gestaltung des Hefts vorwiegend InDesign zum Einsatz. Ausserdem werden im Rahmen der multimedialen Aufbereitung auch Tools wie Premiere, Audition und Illustrator eingesetzt.

Das Format

Die Generation ü70 hat nur teilweise Zugang zum Internet. Da das Lehrprojekt für alle zugänglich sein soll, habe ich mich sehr früh für eine analoge Umsetzung entschieden.

Eine A5-Broschüre bietet Platz, um die Inhalte nach Seiten sortiert in viele verschiedene Themenbereiche aufzuteilen. Sie hat ein handliches Format, das auch Menschen halten/durchblättern können, die nicht mehr viel Kraft in den Händen haben.

Auch im Content-Bereich lege ich viel Wert auf die Barrierefreiheit.

Diese wird vor allem durch diese Punkte gewährleistet:

- Es wird eine grosse Schriftgrösse gewählt, damit sie für alle gut leserlich ist.
- Bei der Farbwahl wird darauf geachtet, dass keine klassischen Farbenblindheiten zu Einschränkungen beim Lesen führen. (Rot/Grün und Blau/Gelb)
- Bei verlinkten Videos werden hochdeutsche Untertitel gesetzt. Einerseits für Personen, die kein Schweizerdeutsch verstehen, andererseits für Personen, die nicht gut hören.

Der Name

Der Name „DIGITAL auf den Kopf gestellt“ ist mir eines Abends ganz plötzlich in den Sinn gekommen und ist mir seither nicht mehr aus dem Kopf gegangen. Obwohl ich danach weiter nach alternativen Namen für die Broschüre gesucht habe, um den kreativen Prozess nicht vorzeitig zu beenden, wusste ich bald, dieser Name passt perfekt!

Mir war es einerseits wichtig, dass der Aspekt des Digitalen im Titel vorkommt – denn das ist der zentrale Themenpunkt meiner Broschüre. „Auf den Kopf gestellt“ setzt sich aus zwei Bedeutungen zusammen – auf der einen Seite möchte ich das Thema Digitalisierung zwischen den Generationen etwas durchmischen und „auf den Kopf stellen“, auf der anderen Seite lässt sich das Heft drehen und auf den Kopf stellen, um zur anderen Titelseite zu gelangen.

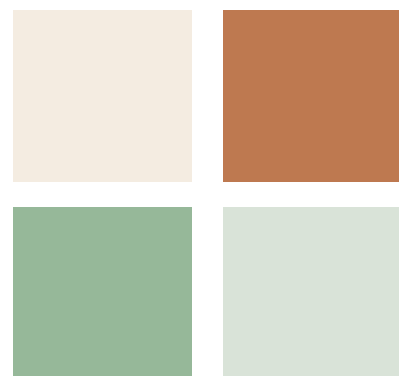
Die Digitalisierung wird in dieser Broschüre also wortwörtlich auf den Kopf gestellt!

04 GESTALTEN

Die Farbwelt

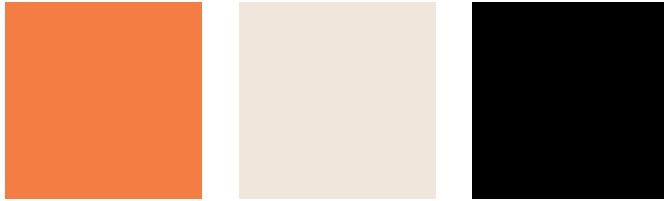
Mein erster Ansatz für die Farbwahl war es, freundliche und nicht zu knallige Farben einzusetzen, die nicht einschüchtern oder erschlagen sollen. So sollte sichergestellt sein, dass sich beide Generationen gleichermaßen von der Broschüre angesprochen fühlen.

So entstand in einem ersten Schritt die Farbpalette „Boho“ mit erdigen Farbtönen.



Ich habe ziemlich schnell festgestellt, dass das so nicht funktioniert. Es schien mir irgendwie einfach nicht stimmig. Es war ein viel zu wichtiges Thema, um in der Menge an anderen Broschüren unterzugehen. Also startete ich von vorne und rasch kam die Idee für ein knalliges Orange auf. Keine anderen Hauptfarben,

keine Sekundärfarben – schlicht und einfach ein knalliges Orange auf einem leicht beigen Hintergrund.



Die Schriftwahl

ROBOTO BLACK

wird für Seitentitel eingesetzt. Des Weiteren wird jedes Wort auf eine einzelne Zeile geschrieben, um die Wirkung und die Kraft des Titels zu verstärken.

Roboto Mono Light

wird für Erklärungen und Ergänzungen zum jeweiligen Thema der Seite eingesetzt.

Roboto Mono Medium

wird für Fragestellungen eingesetzt und um die Leser:innen aufzufordern, sich über diese Thematik auszutauschen.

Roboto Light 11Pt

wird für Fliesstext verwendet.

05 PRODUZIEREN

Die Inhalte

Das ganze Heft soll sich rund um die Generation Z und die Generation ü70 aufbauen. Im Zentrum steht, beiden Generationen Platz zu geben, sich auszudrücken, auszutauschen und Inhalte weiterzugeben. Das Heft soll dabei sowohl über das Thema Alter und Digitalisierung aufklären, wie auch unterhalten und die Zielgruppen dabei etwas näher zueinander bringen.

Titelseite

Auf den beiden Titelseiten soll die Aufmerksamkeit der Leser:innen mit einer provokativen Fragestellung erweckt werden. Die Fragestellung auf der einen Seite spielt auf eine stereotype Darstellung der Generation Z an, die Fragestellung auf der anderen Seite auf ein stereotypes Altersbild.

Einstieg und Vorstellung

Auch die Einleitung wird für beide Generationen bzw. Seiten separat erfasst.

Ausserdem werden jeweils drei Personen aus der Generation vorgestellt und erzählen, wie sie die Digitalisierung wahrnehmen. Diese Vorstellung fungiert als Einstieg für die Frage an die Leser:innen, wie ihr Gegenüber die Digitalisierung wahrnimmt.

Wissensartikel

Ein Artikel soll über die wissenschaftlichen Erkenntnisse aus der Bachelorarbeit berichten und aufzeigen, wie wir in der Digitalisierung neue Wege finden können, den Platz älterer Menschen in unserer Gesellschaft aufrecht zu erhalten.

Unterhaltung

Im Unterhaltungsteil soll sich alles darum drehen, einander auf eine spielerische Weise näher zu kommen und sich auszutauschen. So werden nebst

Kreuzworträtsel, Sudokus und Rätselspielen auch immer wieder Fragen in den Raum gestellt, die gegenseitig beantwortet werden können.

Rollentausch

Immer sind es die Großen mit den Geheimrezepten und immer sind es die Kinder mit den Lieblingsapps. Das mische ich ein wenig auf! Im Bereich „Rollentausch“ stellen zwei Personen aus der Generation ü70 ihre Lieblingsapp vor und eine Person aus der Generation Z stellt ihr Geheimrezept vor.

Die Online-Inhalte

Mithilfe der QR-Codes verlinke ich auf zusätzliche Online-Inhalte zur Broschüre. Wichtig dabei ist es, dass die Broschüre auch ohne diese Inhalte funktioniert, um die Barrierefreiheit zu gewährleisten.

Die QR-Codes verlinken auf zusätzliche lustige Aussagen, Lösungen von Rätseln oder zu Erzählungen, wie die befragten Personen zu etwas stehen.

Die Videoinhalte habe ich jeweils bei der entsprechenden Person zuhause am Küchentisch gefilmt. Einerseits wollte ich, dass die befragten Personen möglichst entspannt sind, auf der anderen Seite sollte es auch für die Filmaufnahmen ein lockeres, entspanntes Setting kreieren.

Folgendes Material habe ich für die Videoaufnahmen verwendet:

- Sony Alpha 7 III
- Filmstativ
- Ansteckmikrofon
- Manfrotto Lichtstativ
- LED Lumipad

06 AUFSCHALTEN

Wir können live gehen! Der Moment ist gekommen, um die Webseite mit den digitalen Inhalten zu kreieren, zu befüllen und aufzuschalten! Dafür habe ich folgende URL gewählt:

digital-aufdenkopfgestellt.ch

Auf dieser Seite sind alle digitalen Inhalte, die in der Broschüre mit einem QR-Code hinterlegt sind, abgelegt. Ausserdem befindet sich auf der Webseite auch eine kurze Einleitung zu meinem Projekt und die Broschüre kann direkt dort angeschaut werden.

06 DRUCKEN UND BASTELN

Der Druck

Den Druck meiner Broschüre übernahm die Druckerei „Druck einfach“ in Wabern.

Ich erhielt im Voraus einen Katalog mit verschiedenen Papiervorschlägen und entschied mich beim Testdruck für ein ungestrichenes Papier. Es sollte möglichst „echt“ und unbearbeitet wirken und man sollte es gut in den Händen halten können, ohne dass es wegrutscht.

Nachdem der Testdruck angekommen war, stellte ich fest, dass das Papier nicht ganz stimmig wirkte. Ausserdem nahm das Papier viel Farbe auf, was die Bilder etwas matt und flach erscheinen liess.

Also gab es eine neue Lage-Besprechung mit der Druckerei und schlussendlich entschied ich mich dazu, für den finalen Druck ein matt gestrichenes Papier einzusetzen. Die Broschüre wirkt jetzt lebendiger und ist sehr angenehm zum Anfassen – ausserdem haben die Bilder an Tiefe gewonnen!

Die Bastel-Aktion

Weil das Budget für mein Lehrprojekt begrenzt ist, gab ich nur die Arbeiten extern, die ich nicht selber ausführen konnte. Das „Modifizieren“ der Broschüre, also das Abschneiden der Ränder bei der Einleitung wie auch das Zuschneiden der Einlage, übernahm ich selbst.

07 ANSTOSSEN!

Es ist geschafft! Die Broschüre ist gedruckt, die Einlage gefaltet, die Ränder abgeschnitten und die Broschüre parat, um generationsübergreifend verteilt zu werden!

Alle Personen, die bei diesem Projekt mitgeholfen und mich unterstützt haben, bekommen ihr eigenes Exemplar.

Nun heisst es nur noch: Prost, auf ein gelungenes Bachelorprojekt!

Cheers!

HERAUSFORDERUNGEN

Als ich mit dieser Dokumentation startete, ging ich mit der Theorie stark in die Tiefe, analysierte Seitenweise Konkurrenz und hielt alles sehr wissenschaftlich. Schlussendlich merkte ich aber – das ist nicht, was ich mir für meine Broschüre vorstelle. Es darf nicht eine wissenschaftliche Fleissarbeit werden. Meine Broschüre soll Spass machen, einfach und locker zu lesen sein und neue Inputs liefern! Genau diese Haltung liess ich dann in die Dokumentation einfließen und startete nochmals von vorne. Und diesmal konnte ich darin die Werte integrieren, die mir auch bei der Broschüre besonders wichtig waren.

Eine weitere Challenge war die Farbwahl. Wie oben bereits beschrieben, tüftelte ich lange an Erdtönen herum, stellte das Layout wieder um, fing von vorne an... Irgendwie wollte es einfach nicht klappen. Bis ich die Entscheidung fasste, einen knalligen, auffälligen Weg zu wählen. Ab da kam plötzlich alles ins Rollen!

Die wahrscheinlich grösste Herausforderung des Lehrprojektes war der logistische Aufbau meiner Broschüre. Als ich mich zu Beginn des Projektes entschied, eine etwas andere Broschüre zu gestalten und damit ein neues Format zu entwickeln, war ich mir noch nicht im Ansatz bewusst, was das bedeuten würde. Ich habe Stunden damit verbracht, dieses Format zu entwickeln, in InDesign die Struktur aufzubauen und zu überlegen, wie wo was ich genau zuschneiden, drehen und umkehren muss. Schlussendlich hat es sich aber so was von gelohnt!

Zu guter Letzt kam dann noch die Papierwahl, die nicht ganz so ablief, wie ich es mir vorstellte – wie schon beschrieben, wählte ich ein Papier und merkte beim Testdruck, dass es einfach nicht stimmig war. Im Nachhinein bin ich froh darum und stolz darauf, dass ich den Mut hatte, für den finalen Druck die Papierwahl umzustellen.

FAZIT

Nebst dem, dass ich einerseits sehr zufrieden und andererseits wahnsinnig stolz darauf bin, was ich im Rahmen meines Bachelorprojektes entwickelt, kreiert, gestaltet, produziert, gedreht, geschnitten und gefaltet habe, bin ich extrem dankbar für all die Gespräche, all das neue Wissen, all die Nachmittage mit Menschen aus der Generation Z und Menschen aus der Generation ü70 und all die Unterstützung, die ich bekam.

Es war eine tolle Erfahrung, meine Zeit und meine Energie im letzten halben Jahr in ein Projekt stecken zu können, das mir so am Herzen liegt.

Und wenn ich nur eine Person über die Fakten zum Alter und der Digitalisierung aufklären konnte, oder nur ein Grosi ihrem Grosskind etwas näher bringen konnte, dann habe ich mein Ziel erreicht!

Danke!

QUELLEN

Dokumentation

GEO. (2012). GEO Nr. 12/12 - Das neue Alter: Die geschenkten Jahre.

KünzlerBachmann Verlag AG. (23. Februar 2022). SPICK - Die schlaue Kinderzeitschrift aus der Schweiz. Aufgerufen unter <https://www.spick.ch/>

Löhle, E. (23. Februar 2022). Heynana. Aufgerufen unter <http://heykana.de/>

Pro Senectute Schweiz. (23. Februar 2022). Zeitlupe Magazin. Aufgerufen unter <https://www.prosenectute.ch/de/dienstleistungen/publikationen/zeitlupe.html>

United Visions GmbH. (23. Februar 2022). 4-TEENS das Schweizer Jugendmagazin. Aufgerufen unter <https://www.4-teens.ch/>

Lehrprojekt

Das im Rahmen der Bachelorarbeit produzierte Produkt ist vollständig in selbstständiger Arbeit entstanden.

Mit den in der Broschüre vorgestellten Personen habe ich jeweils ein stündiges Interview geführt und anschliessend ein Foto von ihnen gemacht. Alle Personen haben eine Einverständniserklärung unterschrieben.

Filmische Zusammenfassung

Die Filmische Zusammenfassung ist in eigenständiger Produktion entstanden. Einzig die verwendete Hintergrundmusik ist nicht von mir produziert, sie stammt von meiner Lizenz auf Artlist.io.

Quelle: Para Dot. Moments of Unity - Instrumental Version [Audio]. Verfügbar unter <https://artlist.io/song/80361/moments-of-unity>