

# ukraine\_checker 2008

*Ein Land entdecken und ganz Deutschland ist dabei.*

*Travel 2.0. Kommunikation. Austausch.*

## AUSSCHREIBUNG „DESIGN & CREATION“

18.02.2008

### BENÖTIGTE LEISTUNGEN

---

1. Corporate Design
  - a. Logo/ Corporate Identity
  - b. Briefkopf
  - c. Briefpapier
  
2. Screen Design
  - a. Gestaltung der Internetplattform
  - b. Gestaltung von Werbebannern
  
3. Layout
  - a. Infoposter
  - b. Flyer

### ZEITPLAN/ DEADLINES

---

- 13.03.2008: Präsentation von drei Logoideen, Vorversion des CI
- 20.03.2008: Präsentation der endgültigen CI
- 17.04.2008: Launch der Betaversion der Website
- 15.05.2008: Launch der Bewerbungswebsite

### ukraine\_checker 2008 HINTERGRUND

---

Ein Land kennen lernen und ganz Deutschland ist dabei. 2008 werden wieder 18 junge Menschen über das eu\_checker online portal ausgewählt, die als Botschafter der deutschen Öffentlichkeit diesmal die Ukraine erforschen. Zwei Wochen lang backpacken sie abseits der ausgetretenen Pfade durchs Land, lernen Leute kennen, erfüllen aberwitzige Aufgaben, setzen sich mit den Unwägbarkeiten des ukrainischen Alltags auseinander, feiern Partys mit den Locals und ergründen die Eigenarten der Generation „Orangene Revolution“. All dies dokumentieren sie mithilfe modernster Technik live on line. Auf diese Weise bringen sie einem großen Publikum ein Land und seine Jugend auf ganz neue Weise ins Bewusstsein und tragen effektiv zu besserem Verständnis bei.

### ZIELGRUPPE

---

Die potentielle Zielperson hat ein Alter zwischen 16 und 28 Jahren, ist an Reisen, Europa und eventl. Politik interessiert. Vielleicht hat sie schon mal längere Zeit im Ausland verbracht, zum Beispiel als ERASMUS Student, Au Pair oder Interrailer. Ist dies nicht der Fall hat sie vielleicht Lust auf einen Road Trip durch Europa, auf Partys mit anderen jungen Europäern, auf neue Erfahrungen und einen erweiterten Horizont. Außerdem kennt sie sich mit Web 2.0 aus, unterhält unter Umständen einen eigenen Blog und ist aktiv in Sozialen

Netzwerken im Internet. Sie ist kommunikativ, interessiert, neugierig und etwas abenteuerlustig.

## KOMMUNIKATIONSZIEL

---

Es soll eine Community entstehen, die sich als virtuelle Reisegruppe begreift und interessiert die Erlebnisse und Entdeckungen der 18 ukraine\_checker vor Ort verfolgt. Der User soll das Gefühl haben, dass die wacklige Nacht im Zug nach Lvov oder Donezk auch für ihn durchgestanden wird, und dass Tanya, die vor den Wahlen in 2004 3 Wochen in Kiew im Zelt gelebt hat, ihre Geschichte auch ihm erzählt. Dies wird einerseits durch die Bewerbungsphase im Internet sichergestellt, in der die Bewerber sich in Videoblogs präsentieren und von den Usern ausgewählt werden. So entsteht eine persönliche Verbindung zwischen Usern und Reisenden, die eventuell über den eigentliche Trip hinaus anhält. Andererseits soll während der Reise, durch die stündliche Aktualisierung der Videoblogs via Smart Phone, bei den Usern der Eindruck entstehen, live an einer Entdeckungstour teilzunehmen, auf die sie selbst Einfluss haben. Zum Beispiel durch die Festlegung der Reiseroute und die Auswahl bestimmter Aufgaben. Auf diese Weise wird nicht nur Interesse für die Reise und die Reisenden erzeugt, sondern auch für das zu erkundende Land und seine Bewohner. Es geht also um Bewusstseinsbildung und kulturellen Austausch, die möglichst vielen jungen Menschen offen stehen sollen.

## KONTAKT

---

Madeleine von Mohl  
e-mail: [madeleine.mohl@politikfabrik.de](mailto:madeleine.mohl@politikfabrik.de)  
mobil: +49 (0)178 7844988

Lukas Hakelberg  
e-mail: [lukas.hakelberg@politikfabrik.de](mailto:lukas.hakelberg@politikfabrik.de)  
mobil: +49 (0)1577 1895069

[www.politikfabrik.de](http://www.politikfabrik.de)

Politikfabrik  
Schönhauser Allee 53  
10437 Berlin  
Tel.: +49 (0)30 275 96 770  
Fax: +49 (0)30 275 96 772