

treibhaus 

Agentur ***Campus*** für
Kreativ Konzeption

treibhaus
Kreativtest
2024

treibhaus ***Kreativstes 2024***

01 Task | Image: Abgefahren!

02 Task | fckAFD

03 Task | Immersive EXPO Pavillon

04 Task | Lügenpresse

05 Task | Spatial Life

06 Bewertungskriterien

07 Bewerbungsverfahren

08 Kontakt

Task 01 ***Image: Abgefahren!***

HERAUSFORDERUNG

Das Image der Deutschen Bahn könnte schlechter nicht sein – angesichts immer unpünktlicherer Züge gibt es auch immer unzufriedenere Kund*innen. Die in den letzten Monaten vermehrten, oft unangekündigten, Streiks haben auf den Image-Verlust spürbar eingezahlt. Laut einer Studie von Infratest Dimap ist das Streikverständnis der Bevölkerung auf dem Tiefpunkt. Auch die Deutsche Bahn hat das wahrgenommen und engagiert dich, um ihr Image schnellstmöglich wieder ins Positive zu drehen.

AUFGABE

Du entwickelst eine Kampagne, die analog und digital wirkt und die Deutsche Bahn wieder auf Spur bringt. Da du Experte für Live-Kommunikation bist, entwickelst du abgeleitet aus der Kampagne weitere Maßnahmen an den meist frequentierten Bahnhöfen: Hamburg, Frankfurt, München, Berlin und Köln.



Benny Dippe

Creative Director Live Communication
Uniplan, Köln

Task 02 ***Doing Democracy***

HERAUSFORDERUNG

Die Unzufriedenheit der deutschen Wählerschaft hat sich in den letzten Jahren deutlich verstärkt. Im Hinblick auf Migration und innere Sicherheit herrscht eine wachsende Frustration. Viele Bürger*innen fühlen sich von den etablierten Parteien nicht mehr repräsentiert. Soziale Ungleichheit empfinden viele als unzureichend adressiert. Und nun? Nun ist Wahljahr. Ziel ist es, diesen rechtsgerückten Zuspruch zum einen zu verhindern und auf der anderen Seite aufzuklären, was das Wahlprogramm jeder Partei bedeutet.

AUFGABE

Entwickle eine interaktive Live-Kommunikations-Kampagne, die durch Deutschland tourt. Besonders junge Wähler*innen sollen spielerisch über die Programmpunkte aller Parteien informiert werden. Die Auswirkungen rechtsextremer Politik sollen thematisiert werden. Wichtig ist, dass mit der Aufgabenstellung humorvoll, aber ernst zu nehmend umgegangen wird. Bedenke auch, dass politisches Bewusstsein bereits vor dem wahlfähigen Alter beginnt.



Simon Stahl

Creative Director
marbet, Düsseldorf

Task 03 ***Immersive EXPO Pavilion***

HERAUSFORDERUNG

EXPO 2025 takes place in Osaka, Japan. The overarching theme of this global event is "Designing future society for our lives." As an esteemed expert in concept design, you have been cordially invited by the host country, Japan, to spearhead the creation of an independent pavilion in collaboration with the Institute for Artificial Intelligence.

AUFGABE

Design an independent indoor pavilion of 1000 square meters in collaboration with the Institute for Artificial Intelligence. Your task is to craft an immersive and engaging visitor experience within this space. Ensure that the journey through the pavilion remains captivating and informative, providing ample room for creativity and innovation. The design of the pavilion should be meticulously planned, with careful consideration given to the spatial composition and flow. Visitors should be guided through a thought-provoking narrative that explores the potential of AI while addressing its ethical, social, and practical implications. Ultimately, your goal is to create a pavilion that sparks meaningful dialogue and reflection on its role in shaping the future of society.



Sungha Kim

Architekt & Project Lead
Atelier Brückner, Stuttgart

Task 04 ***Lügenpresse***

HERAUSFORDERUNG

In den vergangenen Jahren wurden die Rufe und Vorwürfe, die deutsche Medienlandschaft - und insbesondere der Öffentlich Rechtliche Rundfunk - seien allesamt zentral vom Staat gesteuerte Verlautbarungsorgane, immer lauter. Der Begriff Fake News hat sich etabliert und seriöser Journalismus wird von weiten Teilen der Bevölkerung abgelehnt. Stattdessen setzt ein Teil der Bevölkerung auf "alternative Fakten" und andere Wege der Selbstinformation über obskure Social-Media-Kanäle. Mit differenziertem Journalismus ist den Nutzer*innen dieser Medienangebote kaum noch beizukommen.

AUFGABE

Ein großes deutsches Medienhaus möchte dieser Entwicklung etwas entgegensetzen und wünscht sich die Konzeption einer Imagekampagne. Insbesondere die Vorteile eines echten kritischen und unabhängigen Journalismus sollen im Vordergrund stehen. Gipfeln soll diese Kampagne in einer großen oder mehreren kleinen PR-Events im öffentlichen Raum. Die Kernaussage der Kampagne soll aufmerksamkeitsstark erlebbar gemacht werden. Mit der Zielsetzung, das Ansehen echter journalistischer Angebote deutlich aufzuwerten.



Christian Pöhlmann

Creative Director

fischerAppelt, Köln

Task 05 ***Spatial Life***

HERAUSFORDERUNG

Wir befinden uns im Jahr 2038. Spatial Computing steht kurz vor der Massentauglichkeit. Virtuelle Elemente werden in unsere physische Umgebung integriert und bieten uns ein erweitertes, interaktives Erlebnis. Apple hat seine Vision Pro soweit entwickelt, dass sie ähnlich wie eine reguläre Brille ganz leicht auf unseren Köpfen sitzt und auch der Preis liegt mittlerweile im iPhone-Bereich. Nun möchte Apple den Durchbruch schaffen und die Vision Pro als DAS Device der Zukunft für alle und jeden erlebbar machen.

AUFGABE

Apple beauftragt dich mit der Konzeption eines Spatial Computing Pop Up Stores, in dem die Möglichkeiten der Mixed Reality Brille selbsterklärend und mit großem WOW-Effekt erlebbar werden. Texte einen Titel für das Opening Event des Stores. Konzipiere eine User Journey: Was erleben die Besucher*innen von der Ankunft bis zum Verlassen des Stores? Die Vision Pro soll vor Ort getestet werden und das individuelle Erlebnis soll großflächig sichtbar sein. Kund*innen-Wunsch ist on top, dass die Gestensteuerung "Zeigefinger und Daumen tippen aufeinander" ähnlich wie der „Daumen hoch“ oder das Peace-Zeichen zur allgemein bekannten und verwendeten Geste wird.



Sabine Mayer

Inhaberin

treibhaus – AgenturCampus für KreativKonzeption

Kreativtest ***Bewertungskriterien***

Für jede deiner Aufgaben kannst du max. 20 Punkte erreichen. Die Punktvergabe erfolgt nach fünf Kriterien.
Du kannst deine Aufgaben mit Moodboards oder Skizzen veranschaulichen, um dir Zusatzpunkte zu sichern.
Visualisierungen sind gern gesehen und bei einigen Aufgaben sehr hilfreich, sind aber kein Must Have.

01 Du kommst mit max. 1500 Zeichen pro Aufgabe auf den Punkt.

02 Deine Ideen haben eine schlüssige, logische Herleitung.

03 Du denkst in übergreifenden Leitideen statt in Einzelmaßnahmen.

04 Deine Konzept-Ansätze überzeugen durch Wirksamkeit.

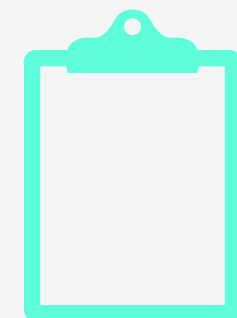
05 Du beweist deinen Mut zum kreativen Denken.

Kreativtest ***Bewerbungsverfahren***

Es gibt zwei Wege, um einen der 15 Plätze im treibhaus zu bekommen. Du kannst zuerst den Kreativtest machen und sobald dieser bestanden ist, starten deine Vorstellungsgespräche in den Agenturen. Oder du arbeitest bereits im Team einer Agentur, dann machst du aus deiner Festanstellung heraus den Kreativstes und sicherst dir den Platz.

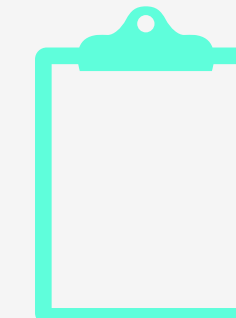
Option 01

Innerhalb deiner Agentur-Anstellung den Kreativtest machen und im treibhaus starten.



Option 02

Mit dem Kreativtest deinen Agenturplatz sichern und im treibhaus starten.



Fragen? ***Fragen!***

Sabine Mayer

treibhaus

Agentur Campus für KreativKonzeption

0152 099 54 898

sabine@treibhaus-kreativkonzeption.de

www.treibhaus-kreativkonzeption.de