

AUSGANGSLAGE

Die Anwohner der Langstrasse und ihrer Seitengassen im Kreis 4 leiden am Wochenende nachts unter der Belastung eines immensen Aufmarsches von Menschen, welche dieses Quartier grösstenteils nur als Vergnügungsviertel und Ausgehmeile kennen und sich entsprechend verhalten: Lärm, Littering, öffentliches Urinieren und Gewalt sind die negativen Begleiterscheinungen.

Die Kampagne soll aufzeigen, dass es sich hier auch um ein Wohnquartier handelt und entsprechend noch ganz andere Bedürfnisse existieren.

ZIELGRUPPE

**Nächtliche Besucher des Gevierts
Lang-/Diener-/Zwinglistrasse/Kanonengasse
und angrenzendes Gebiet, insbesondere Piazza Cella.**

KOMMUNIKATIONSZIEL

Die Problem verursachenden Menschen werden auf die unterschiedlichen Bedürfnisse im nächtlichen Kreis 4 sensibilisiert.

MESSAGE

Schön, dass ihr hier seid und euch vergnügt, aber versucht euch auch in die Situation von uns Anwohnern zu versetzen, welche aus einem ganz anderen Grund hier sind.

NUTZEN UND REASON-WHY

**Je verträglicher die Situation für alle Interessensgruppen ist,
desto langfristiger wird mitten in der Stadt ein sehr
vielfältiges Nachtleben möglich sein.**

Niemand will Party-Verrichtungsboxen am Stadtrand.

TONALITÄT

**Involvierend, intelligent, durchaus provokativ witzig
statt Mahnfinger und „was würdest du davon halten, wenn
wir in deiner Strasse rumbrüllen würden“.**

REAKTION UND RESPONSE

Die Nachtschwärmer erkennen, dass es hier nicht nur um ihren eigenen, momentanen Spass geht und mässigen deshalb ihre Emissionen, nehmen mehr Rücksicht als heute.

SONSTIGE VORGABEN UND INSIGHTS

Unsere Zielgruppe steht in der Mehrzahl unter Alkohol- und ev. zusätzlich unter Drogeneinfluss. Entsprechend direkt und ohne Schnörkel sowie den Anspruch, lange Romane zu erzählen, muss kommuniziert werden. Die Vorstellung der Kampagne ist am 30.

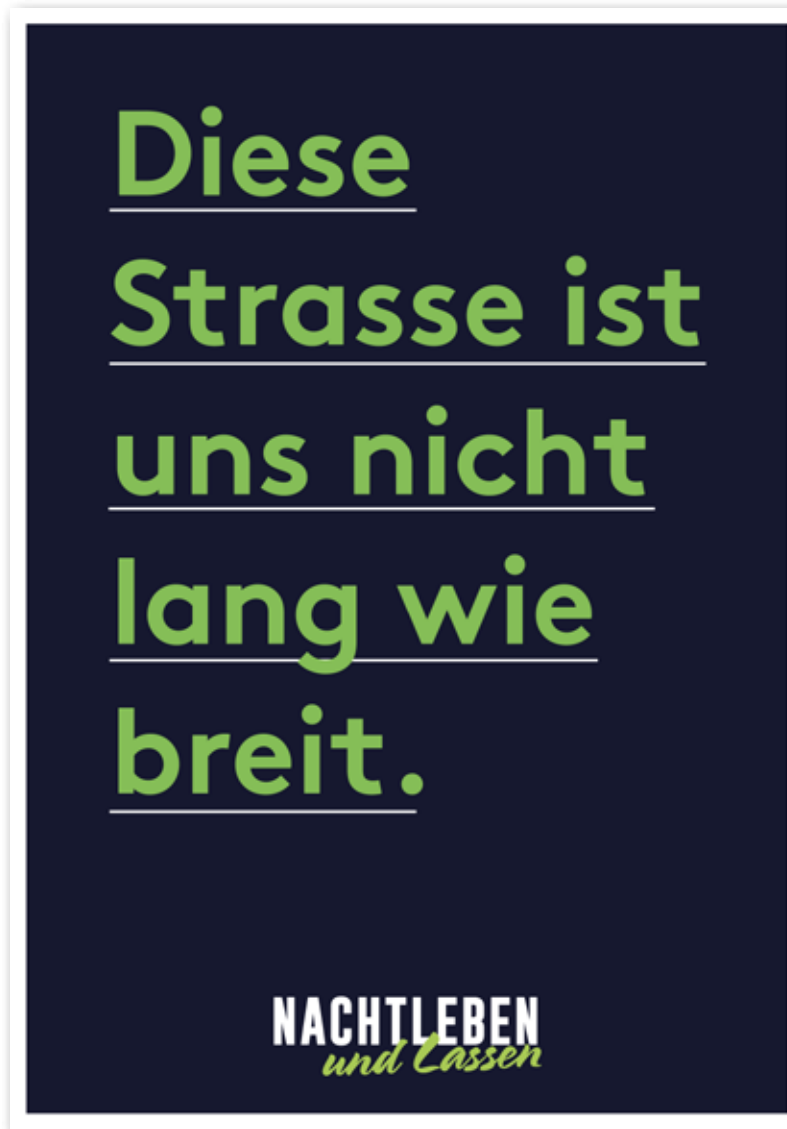
April geplant, wo gleichzeitig der nationale Tag der offenen Bar- und Clubtüre stattfindet. Vom 10. Juni bis 10. Juli 2016 findet die Fussball Europameisterschaft statt, welche erfahrungsgemäss zusätzliche Massen ins Quartier bringt und sich zudem für eine Anlehnung der Botschaften anbietet.

BUDGET

Konzeption, Planung, Koordination: freiwilliges Engagement von Dominik Müller, Ivo Schäppi, Alexander Bücheli, Heiko Hornung

Text:	2'000.-
Grafik, Adaption, Datenaufbereitung:	3'500.-
Druck Plakate Kleinformat (A3, A2, A1, A0):	1'500.-
Druck Plakate Grossformat:	500.-
Druck Verpackungen Happy Beck: internes Budget Happy Beck	
Druck Flyer:	500.-
Individuelle Umsetzungen/Integrationen Betriebe:	5'000.-
Produktion und Montage Megaposter Lambada Fassade:	2'000.-
Plakatstellen	
Bauwand Langstrasse 133/135 + Leuchtplakat Dienerstrasse 40, KW 25-28:	4'430.-
Plakatstellen	
Bushaltestelle Militär-/Langstrasse, TK Gonzo, Langstrassenunterführung, KW 25-28:	4'500.-
<hr/>	
Total:	24'430.-

NACHTLEBEN *und Lassen*







DJ Dreck

feat. MC

Lärm

spielen

nicht in

Zürich.

NACHTLEBEN
und Lassen

























**HÄTTE DIESER INNENHOF
EINE SPÜLUNG,
WÄRE ER EINE TOILETTE.
HAT ER ABER NICHT.**