

Buchkonzept

Motivation

Die Motivation die mich dazu bringt dieses Buch zu verfassen liegt in der Erkenntnis, dass bisher keine Produkte auf dem Markt vorhanden sind, die einen Sport präsentieren und gleichermaßen für Eltern informativ sowie für Kinder unterhaltsam sind. Nachdem ich selber seit zwanzig Jahren im Hockeysport tätig bin, stand es außer Frage, dieses Konzept Hockeyspezifisch umzusetzen. Zudem ist es eine Tatsache, dass in dieser Randsportart bisher leider nur wenige Werbemaßnahmen in Druckform vorhanden sind. Ich möchte nun den Vereinen die Möglichkeit geben mit diesem neuartigen Buch mehr Menschen zum Hockeyspielen zu bewegen. Das folgende Konzept ist natürlich auch auf andere Sportarten anwendbar.

Konzept

Die Aufgabe bestand darin, ein Konzept zu entwickeln, um Kinder zum Sport zu bewegen. Im Hockeybereich gibt es bisher nur wenige Marketingaktivitäten in klassischen Printmedien. Diese sind meist nur sachlich gehalten und mit einer Informationsüberflut für Neueinsteiger behaftet. Zudem sind diese Bücher ausschließlich auf Erwachsene ausgelegt. Dieses Problem tritt nicht nur im Hockeybereich auf und könnte ohne Schwierigkeit auch in anderen Sportarten eingesetzt werden.

Um das Buch nun gleichermaßen für Eltern informativ als auch für Kinder unterhaltsam zu gestalten, gibt es eine klare inhaltliche Trennung. Die jeweils rechte Seite beschäftigt sich mit dem kleinen Max der seinen ersten Hockeytag erlebt. Der eine Geschichte erzählende Text ist kindgerecht verfasst und für Erstleser geeignet. Um die Eltern aber trotzdem mit ausreichend Informationen zu rüsten, wird die linke Seite mit klaren, prägnanten Informationen rund um den Sport versehen. Hierbei ist explizit darauf geachtet, diese Informationen möglichst einfach zu halten und nur das Wichtigste zu vermitteln. Zudem ist der Elterninhalt nicht stark auf das Regelwerk und Hockeytechnik ausgelegt, sondern beschäftigt sich vor allem mit sozialen Aspekten, wie Vereinsleben und der „großen Hockeyfamilie“, in der man sich ein großes Kontaktnetzwerk in der ganzen Welt oder zumindest Deutschlandweit aufbauen kann. Zudem ist ein wichtiger Punkt die Kostenfrage, die immer schnell geklärt werden sollte. Hierfür sind Richtwerte angegeben, was Mitgliedsbeitrag und Ausrüstung betrifft. Für Interessierte wird auf den letzten beiden Seiten zum einen klar erklärt, wie man schnell an weiteres Wissen gelangt. Zum anderen bietet das Buch den Vereinen, direkt ihre eigenen Kontaktdaten einzutragen um den Eltern auch diesen Weg möglichst leicht zu machen.

Zielgruppe

Wie bereits erwähnt, ist das Buch auf Kinder und deren Eltern ausgelegt. Es beschäftigt sich mit Menschen, die sich für Sport interessieren. Hockey ist eine ernst zunehmende Sportart und eine ernst zunehmende Alternative zu herkömmliche Sportarten, wie Fußball. Die Kinder, für die die Geschichte geschrieben ist, sind im Alter von 5-7 Jahren und können Erstleser oder einfach nur Zuhörer sein.

Format

Das Format des Buches ist ein Querformat in A5. Querformat deswegen, weil es dem menschlichen Sichtfeld entspricht. Die Augen sind nebeneinander. Folglich wir mehr gesehen und es wirkt harmonischer. Die Größe A5 ist ein Format, welches Platz für ausreichend Informationen bietet, aber dennoch eine komfortable Größe sowohl für Kinderhände als auch zum Transport. Auch wird es durch das Standardformat etwas billiger in der Produktion und dadurch günstiger für den Verein, was zu einer größeren Verbreitung beiträgt. Nachdem das Buch hauptsächlich von Vereinen eingesetzt werden sollte, kriegen Eltern dieses Werk im hektischen Alltag in die Hand gedrückt. Sei es, an einem Präsentationsstand auf Festlichkeiten oder direkt auf dem Hockeyplatz. Des Weiteren sollte starkes Papier und ein flexibler Einband

dafür sorgen, dass das Buch zu einem Gebrauchsgegenstand werden kann. Kinder dürfen das Buch herumtragen und damit spielen. Im Gegensatz zu Büchern die im Schrank stehen und auf Grund ihrer materiellen Wertigkeit mit Vorsicht zu behandeln sind, ist dieses Buch, ganz nach dem Prinzip des Sports, darauf ausgelegt, bewegt und benutzt zu werden.

Umschlag und Titel

Das Deckblatt des Buches soll die beiden Stile vereinen. Der Himmel soll einen gemalten Eindruck hinterlassen, jedoch mit dem Foto verfließen. Die Rückseite ist bewusst mit einer Werbung versehen. Hier sollte explizit die Werbung eines Hockeyausrüsters stehen, da somit die Frage, wie man an die Ausrüstung gelangt, geklärt ist. Zudem muss der Preis des Buches so gering wie möglich gehalten werden, da Sportvereine in der Regel wenig Geld haben. Dies fördert eine bezahlte Werbung natürlich auch.

Der Titel „Hockeyspielen macht Kinderfroh – und die Eltern ebenso“ soll ebenfalls die beiden Teile widerspiegeln. Das Buch ist für Kinder und Erwachsene geschrieben. Die Anlehnung an den Slogan „Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“ funktioniert deswegen, weil die Menschen bereits mit dem Slogan vertraut sind und eine gewisse Qualität damit verbinden. Kinder essen sehr gerne Süßigkeiten und haben so fast täglich mit Gummibärchen zu tun. Rechtlich gesehen, ist das kein Problem. Ich habe mit der Firma Haribo Kontakt aufgenommen und es besteht lediglich ein Markenschutz auf den Namen „Haribo“, der Slogan kann frei verwendet werden.

Grafischer Aufbau

Die linke Seite des Buches weist einen klaren Informationscharakter auf. Die Abgrenzung durch den Rahmen, symbolisiert eine Informationsbox. Diese ist, in Anlehnung an ein Hockeyfeld, in das Gesamtdesign integriert. Die Farbe grün, lehnt sich hauptsächlich an die Farbe des Spieluntergrundes an, strahlt zudem aber auch eine gewisse Ruhe aus. Die rechte Seite, welche für die Kinder bestimmt ist, ist in ihrem Aufbau wesentlich einfacher gehalten. Hier sollen keine grafischen Elemente verwirrend auf den jungen Leser wirken, der noch nicht so erfahren im Umgang mit Büchern ist und somit eine längere Zeit braucht um das Bild zu erfassen. Die kindlichen illustrativen Zeichnungen unterstützen die Geschichte. Absichtlich sind die Sätze auf jeder Seite extrem kurz gehalten, um die ungebübten Leser zu unterstützen. Die begrenzenden Linien, dienen dem Gesamteindruck und helfen sowohl dabei die sehr verschiedenen Teile zu verbinden als auch eine gewisse Ordnung in das Bild zu integrieren.

Typographie

Um dem Werk eine gewisse Lebendigkeit zu geben, habe ich mich dafür entschieden einen links flatternden Satz anzuwenden. Dadurch ist es nicht zu geradlinig und steril, wirkt aber dennoch ruhig. Auch bei dem Kinderteil ist dies der Fall und es wird nicht davon abgewichen. Zunächst hatte ich die Idee, die Sätze willkürlich im Blatt zu platzieren, um den kindlichen Charakter zu unterstreichen, habe mich jedoch entschieden, auch hier eine gewisse Ordnung und Ruhe durch den Flattersatz links zu erhalten.

In dem Buch werden zwei verschiedene Schriftarten genutzt. Zum einen die Futura und zum anderen die Garamond. Die Futura ist eine serifenlose Schrift, die sich auf Grund ihres Kernings optimal für den Buchsatz eignet. Dadurch, dass sie keine Serifen besitzt unterstreicht sie den informativen Charakter. Da diese Informationen für die Eltern bestimmt sind, wird eine Schriftgröße von 9pt gewählt. Diese ist gut lesbar, nimmt jedoch nicht zu viel Platz ein und bietet die Möglichkeit viele Informationen auf der Seite unterzubringen. Sie wird nur auf den Elternseiten verwendet. Die Garamond dagegen ist eine Serifenschrift. Diese wurde für die Kindergeschichte gewählt. Auf Grund meiner Recherchen, habe ich herausgefunden, daß Erstleser mit Serifenschriften leichter lesen können, da sie den Zeilenfluss unterstützen und somit den Lesefluss erhöhen. Natürlich muss ein wesentlich größerer Schriftgrad gewählt werden, hier 16pt, und ein erhöhter Zeilenabstand von 30pt. Kinderschriften die dem Schnitt der Comic Sans

ähneln und eine gewisse Organik aufweisen, werden von Kindern eher als schwerer zu lesen eingestuft und wirken zu dem kindlicher. Kinder wollen jedoch ernst genommen werden, mögen eine gewisse Struktur und fühlen sich bei klareren Schriften somit wohler. Eine kindliche Schrift würde an dieser Stelle die Lesefreunde der Kinder hemmen.

Vermarktungsansatz

Mit der Vermarktung könnte man mit den Vereinen zusammenarbeiten. Nachdem die Möglichkeit besteht, den Verein im hinteren Teil des Buches einzutragen, kann man eine Rückerstattung gewähren, sollten durch das neue Buch Mitglieder gewoben werden. Zum Beispiel verkauft der Verein Rot-Weiß-München für eine geringe Schutzgebühr von 5 Euro das Buch auf der 850 Jahrfeier der Stadt München. Sollten nun Käufer mit dem Buch dem Verein beitreten, könnte dieser Preis zurückerstattet werden. So hätte man eine Möglichkeit, die Wirkung des Buches zu messen und es senkt die Hemmschwelle bei Besuchern dieses Buch zu erstehen.

Funktionalität

Um die Funktionalität im Vornherein zu überprüfen, wurde dieses Buch an Hockeyeltern und deren Kinder sowie an „Neulinge“ ausgegeben. Bei beiden Parteien war eine große Begeisterung zu erfahren.