

Heliunion



Matura Projekt 2020/21

Leo Demez und Patrick Graf



Inhaltsverzeichnis

• Projektteam	4	• Dreharbeiten	22
• Beteiligte Partner	5	• Projektänderung	24
• Ausgangslage	6	• Neue Ziele des Projektes	26
• Projektbeginn & Projektende	7	• Änderungsbeginn – Ende	27
• Projektziele	8	• Farbklima	28
• Stakeholder Analyse	9	• Logo-Redesign	30
• Personal Canvas	10	• Logo-Anwendungen	34
• SWOT- Analyse	12	• Visitenkarte	36
• Tätigkeits-Journal	14	• Broschüre	38
• Projekt-Strukturplan	17	• Arbeiten am Projekt	40
• Gantt-Diagramm	18	• Chekliste Planung	42
• Kostenrechnung	19	• Reflexion	44
• Storyboard	20		

Das Team



Leo Demez

- Projektleitung
- Kameramann
- Cutter
- Logo und Visitenkarten
- Gestaltung



Patrick Graf

- Organisation
- Kameramann
- Regisseur
- Prospekt
- Gestaltung

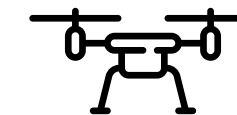
Beteiligte Partner

Externe Partner:



Drohnen Piloten

Andreas Koppelstätter als Drohnen Pilot



Schauspieler

Fabian Kiener, Hanna Prast,
Alessia Cavada, Andreas Graf,
Alexander Graf



Schule

LBS Gutenberg



Ausgangslage

Die Firma Heliunion kam auf uns zu und fragte, ob wir für sie ein Imagevideo produzieren könnten. Daraufhin kam uns die Idee, es mit dem heurigen Matura-Projekt zu verbinden.

Dabei steht die Tätigkeit des Unternehmens und die Emotionen des Fliegens im Vordergrund diese werden mit der wunderschönen Natur und Bergwelt von Südtirol verschmelzen. Das Ziel des Projektes ist ein Imagevideo für das Unternehmen anzufertigen und zudem noch kurze Promotion-Videos für Instagram bzw. für die sozialen Netzwerke zu kreieren.

Diese kurzen Videos würden dann speziell Heliskiing oder Rundflüge zeigen und sind reine Aufmerksamkeitsmacher, die dann die Menschen auf die Webseite locken, um dort das Hauptvideo zu sehen. Die Zielgruppe ist Jung und Alt, denn jeder kann mit dem Hubschrauber einen Rundflug erleben, zudem auch externe Firmen Interesse an Lastenflüge oder Hüttenbelieferungen haben.

Projektbeginn - Ende

Projektbeginn: 30.09.2020

Projektende: Ende Mai 2021

Alte Projektidee

- Image Video für das Unternehmen Heliunion
- 3 Kurzvideos für Social Media

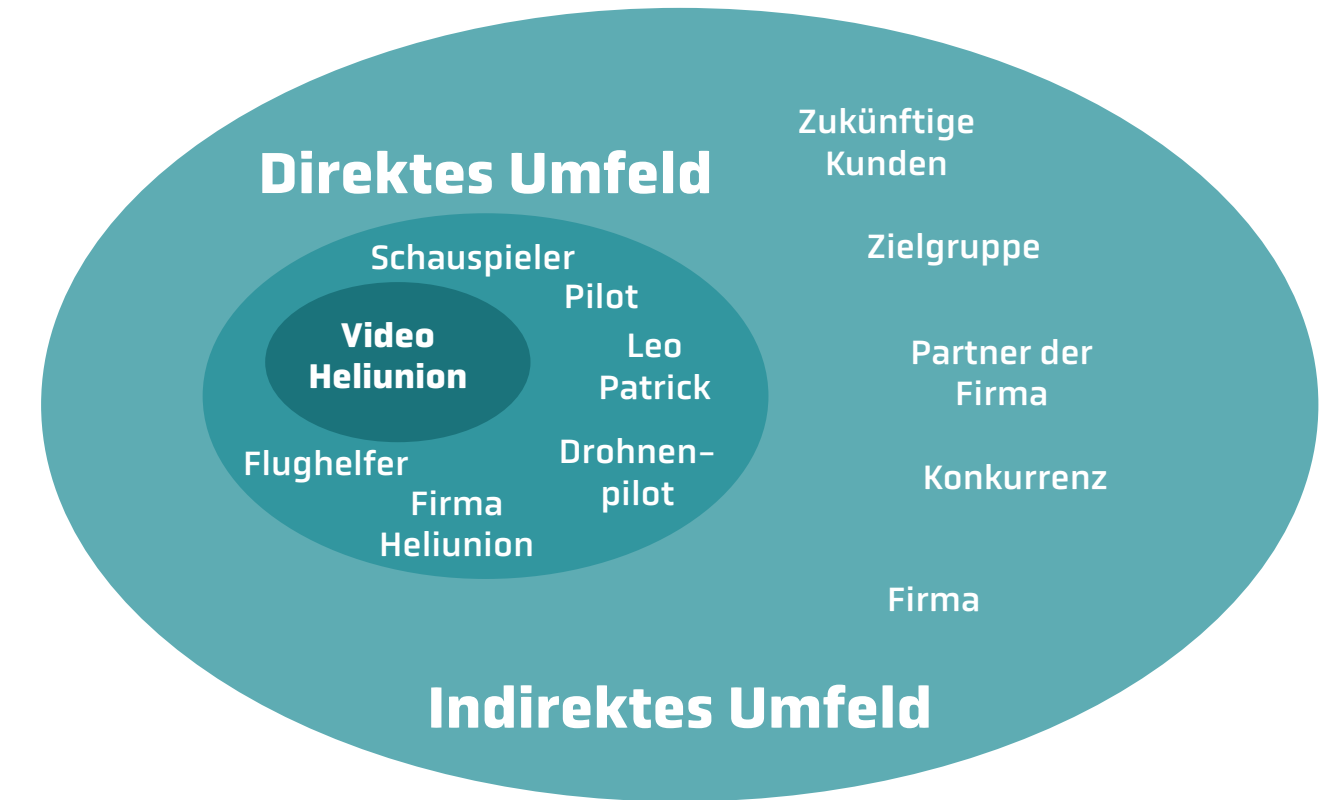
Projektziele

Vorheriges Ziel: Image Video

Vorherige Nebenziele:

- Video, welches für das Unternehmen spricht
- Das Image des Unternehmens widerspiegeln
- Zeit und Budget einhalten
- Die Interessenten informieren
- Bekanntheit des Unternehmens steigern und neue Kunden zu gewinnen

Stakeholder Analyse



2.PERSONAL CANVAS (Patrick)

COMPETENZE Cosa sai fare? Che doti naturali, conoscenze e capacità puoi vantare? Programm Kenntnisse Gutes Auge für Farben und Design 4 Jahre Grafik Schule mit Berufserfahrung	OFFERTA Cosa offri? Indica la professione e/o la tipologia di servizi che offri e indica alcune peculiarità del tuo approccio. Mediengestalter mit Kenntnissen in 3D und Videoschnitt	PROMESSA Cosa garantisci ai tuoi clienti? Che idea dei tuoi meriti dovrebbero farsi? Che problemi porteranno risolvere con te? Come si sentiranno a lavorare con te? Das Versprechen an das Publikum ist das ich oder wir ein Rundumpaket liefern können und den Kunden in jeder Hinsicht zufrieden stellen wollen. Der Kunde soll sich wohl fühlen.	POSIZIONAMENTO Quale aspetto distintivo enfatizzi per farti prendere in considerazione dal tuo Pubblico? Considera in modo particolare: valori; risorse; offerte; competenze target. Das abdecken vieler Bereiche wie Animation Videoschnitt und 3D.	PUBBLICO A chi ti rivolgi? Chi sono le persone più importanti da motivare per raggiungere i tuoi obiettivi? Eher Junge Menschen mit neu Gegründeten Startups die ein Gutes Image nach Aushaben wollen.
IO In quale categoria o mercato competi? Mediengestaltung		CONCORRENTI Con quali persone, servizi o prodotti ti mette a confronto il tuo pubblico?		
Die enge Zusammenarbeit mit dem Kunden und das abdecken vieler Bereiche im Grafik Sektor. Chi sei? Cosa ti rende una persona speciale per il tuo pubblico?	Gutes Image und gute Kunden Rezensionen für bereits gemachte Arbeit Su cosa poggia la tua credibilità? Cosa ti rende credibile per il tuo pubblico?	Durch kleine Events durch das Land und durch gute Positionierung Online und der Webseite. Come ti fai conoscere dal tuo Pubblico?		
IDENTITÀ	RAGIONI	COMUNICAZIONE		
INVESTIMENTI Di cosa hai bisogno? In quali attività, iniziative, risorse e/o partner investi per promuoverti con successo? In gute Mitarbeiter, gutes Marketing, gute Hard- und Software und gute Partner			RISULTATI Quali risultati ottieni promuovendoti? Wahrscheinlich alles nur Schritt für Schritt und langsam aber auch immer mit dem gleichen Ziel.	

2.PERSONAL CANVAS (Leo)

COMPETENZE Cosa sai fare? Che doti naturali, conoscenze e capacità puoi vantare? Videoschnitt, Fotografie, Mediendesign Animationen, Webdesign, 4 Jahre Berufsfachschule	OFFERTA Cosa offri? Indica la professione e/o la tipologia di servizi che offri e indica alcune peculiarità del tuo approccio. 3D/2D Animation, Videoschnitt und die Produktion von Kurzfilmen	PROMESSA Cosa garantisci ai tuoi clienti? Che idea dei tuoi meriti dovrebbero farsi? Che problemi porteranno risolvere con te? Come si sentiranno a lavorare con te? Die Zusammenarbeit mit dem Kunden soll auf gegenseitigem Vertrauen basieren und Zuverlässigkeit vermitteln. Am Ende soll ein stimmiges Gesamtpaket überreicht werden.	POSIZIONAMENTO Quale aspetto distintivo enfatizzi per farti prendere in considerazione dal tuo Pubblico? Considera in modo particolare: valori; risorse; offerte; competenze target. Gute Planung, Kenntnisse in Animationen und Videoschnitt, sowie junge, frische Ideen	PUBBLICO A chi ti rivolgi? Chi sono le persone più importanti da motivare per raggiungere i tuoi obiettivi? Ein dynamisches und motiviertes Publikum, das zielorientiert plant.
IO In quale categoria o mercato competi? Mediengestaltung		CONCORRENTI Con quali persone, servizi o prodotti ti mette a confronto il tuo pubblico?		
Die richtige Beratung des Kunden und das nötige Know-how Chi sei? Cosa ti rende una persona speciale per il tuo pubblico?	Eigene Projekte: Kurzfilms für OEW Aufträge als Fotograf bei Hochzeiten und verschiedenen Hotels, Gewinner von Wettbewerben Su cosa poggia la tua credibilità? Cosa ti rende credibile per il tuo pubblico?	Durch Marketingaktionen den Kunden stets zu aktuellen Angeboten und Möglichkeiten dem Laufenden zu halten Come ti fai conoscere dal tuo Pubblico?		
IDENTITÀ	RAGIONI	COMUNICAZIONE		
INVESTIMENTI Di cosa hai bisogno? In quali attività, iniziative, risorse e/o partner investi per promuoverti con successo? Gutes Werkzeug zur Umsetzung meiner Pläne, kompetente, motivierte und interessierte Mitarbeiter mit denen man gut planen kann.			RISULTATI Quali risultati ottieni promuovendoti? Durch ständige Weiterbildung erlerne ich neue Techniken und halte mit aktuellen Anforderungen schritt.	

S

strength

Videoschnitt, After Effects,
Umgang mit Kameras, Fotografie,
vorhandenes Equipment, guter
Kontakt zum Kunden

W

weakness

Zeiteinteilung, Planung,
wenig Erfahrung hinsichtlich
Organisation von Videoclips

O

opportunities

Für das Unternehmen eine
Möglichkeit auf sich aufmerksam zu
machen, für uns Kontakte zu knüpfen
für die spätere Berufswelt

T

threats

Coronavirus, Wetter, wenig
Termine zum Filmen, Organisation
von Schauspielern

Tätigkeitsjournal

Datum	Dauer	Tätigkeit
30.09.2020	3h	Projekt Beginn und Recherche
10.10.2021	1h	Projekt wurde vom Klassenrat genehmigt
16.10.2020	2h	Erstes Briefing mit der Firma Heliunion
29.10.2020	3h	Beginn Erstellung des Drehbuches
30.10.2020	3h	Auflistung Equipment und Ankauf von Mikrofon
05.11.2020	4h	Fertigstellung der Drehbuch
07.11.2020	4h	Erster Drehtermin, erstes Filmmaterial gesammelt

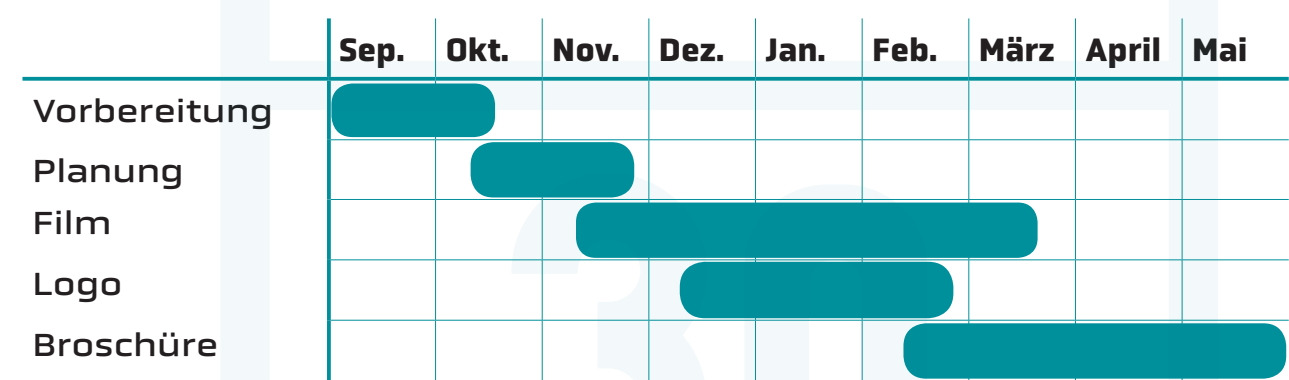
25.11.2020	2h	Projektstrukturplan
27.11.2020	1h	Kontaktaufnahme mit Schauspieler
03.12.2020	4h	Storyboard
09.12.2020	4h	Beginn Handbuch
Projektänderung		
18.12.2020	4h	Besprechung mit Unternehmen wegen Projektänderung
03.01.2021	2h	Erste Skizzen des Logo Redesign
08.01.2021	4h	Logo Präsentation
14.01.2021	2h	Korrekturen am Logo
21.01.2021	3h	Erstellung Layout Broschüre

03.02.2021	3h	Erstellung der Illustrationen der Flugrouten
11.02.2021	2h	Photoshop Arbeiten an der Broschüre
17.02.2021	3h	an Handbuch weitergearbeitet
18.02.2021	4h	Letzte Arbeiten an der Broschüre
05.03.2021	4h	Gestaltung der Projekt-Präsentation
11.03.2021	1h	Kurzversion Präsentation vorstellen
17.03.2021	2h	Handbuch grafische Überarbeitungen
18.03.2021	3h	An Broschüre weiterarbeiten und Recherche über Druckerei
26.03.2021	5h	Arbeiten am Handbuch und Broschüre

Projekt-Strukturplan

PM Phase	Vorbereitung	Planung	Durchführung	Abschluss
Start: 30.09	Kontaktaufnahme - Ansprechperson des Unternehmens - Schauspielersuche - Einwilligungserklärung Schauspieler	Gestaltung - Text - Drehbuch - Filmstill - Skizzierung	Aufstellung Videokonzept Film - filmen - schneiden - nachbearbeiten	Präsentation Kunde 1 Hauptvideo 3 Kurz Videos
Koordination	Briefing - Ideenfindung - Definierung des Konzeptes - Erwartungen des Kunden erkennen SWOT- Analyse Mitarbeiter - Schauspieler - Drohnen-Pilot Zeit einteilen - Spontinität, Flexibilität - ständige Bereitschaft - abhängig von Flugterminen Lokation finden Partnersuche - Heliunion	Information - Recherche - Trendanalyse - Ideenentwicklung	Hubschrauberflug	Veröffentlichung - Instagram - Facebook - Webseite
Marketing		Equipment - Vorhandenes - Ausgeliehenes - Angekauftes (Mikrofon)	Marketing-Konzept - Instagram - Facebook - Website	Logo Visitenkarte
Controlling		Organisation - Text - Drehbuch - Textbroschüre	Kunden - Präsentation - Änderungen - Besprechung	Broschüre
Abschluss		Online Präsenz - auf verschiedenen Onlineseiten	Logo - Ideenkonzeption - Skizzen - Umsetzung - Verfeinerung - Visitenkarte	
Projektende		Zieldefinition - Videos - Prospekt - Visitenkarte - Logo	Broschüre - Layout - Design - Bildbearbeitung - Landkarte	

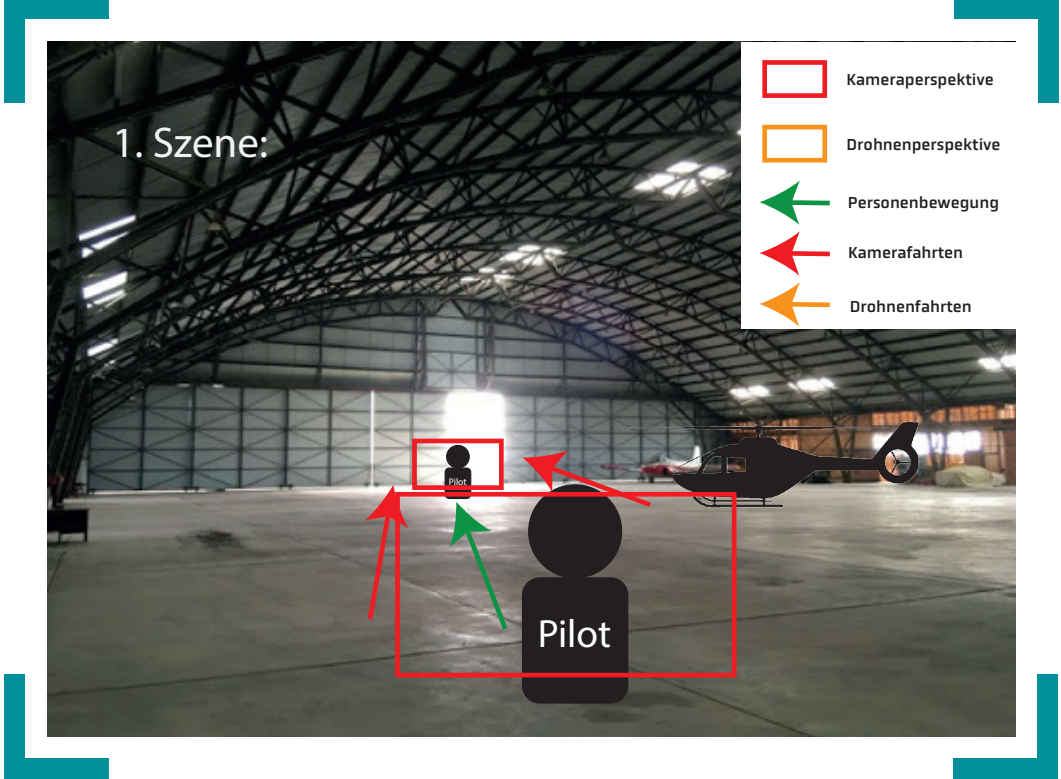
Gantt - Diagramm



Kostenrechnung

Phase	Kostenart	Kosten	
Bezeichnung	Ressource	Menge	Gesamtkosten
Abschlussphase	Druck: Visitenkarte	500	19,41 €
Abschlussphase	Druck: Handbuch	3	gesponsert Karo Druck
Abschlussphase	Druck: Broschüre	500	570,14 €
Abschlussphase	Überprüfen Schreibfehler	/	gesponsert Prof. Seehauser

Storyboard



Dreharbeiten



Projekt Änderung

Projektziele

Aktuelles Ziel: Erstellen einer Broschüre,
Visitenkarte und Logos

Aktuelle Nebenziele:

- Illustration einer Landkarte
- Layout eines Prospekt
- Herstellung einer Visitenkarte
- Definition eines neuen Farbklimas
- Redesign des Logos

Änderungsbeginn - Ende

Projektbeginn: 18.12.2020
Projektende: Ende Mai 2021

Neue Projektidee

- Durch Corona Projektänderung
- Durch Lockdown keine Flüge
- Logo, Visitenkarte und Broschüre

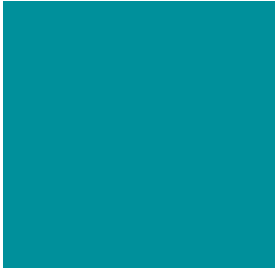
Farbklima

Ausgangsfarbe



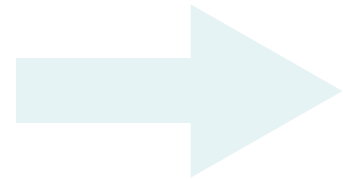
C: 80
M: 10
Y: 45
K: 0

Neue Farbe



C: 90
M: 25
Y: 40
K: 0

Logo Redesign



Negativ



Schwarz-weiß



Logo-Anwendungen



Visitenkarte

- Vorderseite einfach gehalten mit prägnanter Farbe und großem Logo
- Rückseite Designelement der Broschüre wieder aufgegriffen
- Zweisprachige Informationen mit Social Media Daten



Heliunion Gmbh/srl
Tel: +39 334 747 2225
Seestraße/Via del Lago 10/a
I-39054 Ritten/Renon

info@heli-union.it
www.heli-union.it
Instagram @heliunion_italy

MwStr.-Nr/Part.IVA
IT02985800214



Broschüre

- Aufbau und Layout entwickelt
- Illustrationen selbst entworfen
- Bilder und Daten wie Preise und Flugrouten mit dem Unternehmen besprochen
- Einige Bilder selber gemacht bei Flugterminen

Adventure - Tour
220€ pro Person

30 MINUTES

SKI TRANSFER

1. TRANSFER FLUG

Obereggen → Marmolata

2. TRANSFER FLUG

Ritten → Sella

Arbeiten am Projekt



Checkliste Planung

	vorhanden	teilweise vorhanden	nicht vorhanden
Titel	●		
Leitung	●		
Team und Beteiligte	●		
Schule	●		
Global- und Teilziele	●		
Ausgangssituation	●		
Dauer	●		
Ergebnisse	●		
Projektstrukturplan	●		

	vorhanden	teilweise vorhanden	nicht vorhanden
Kostenplan	●		
Gantt-Diagramm	●		
Tätigkeitsjournal	●		
Kosten	●		
Zeit	●		
Ressourcen	●		
Ziele	●		
Reflexion	●		

Reflexion Leo

Abgesehen von ein paar unvermeidbaren Planänderungen und Störungen hat mir die Arbeit am Projekt großen Spaß gemacht. Als sich durch den anhaltenden Lockdown herausstellte, dass wir unser Filmprojekt nicht umsetzen können, mussten wir uns schweren Herzens Alternativen suchen. Die Gestaltung von Logo, Visitenkarte und Broschüre schien uns dabei naheliegend und gab uns ein neues Ziel, das wir schließlich zum Abschluss brachten. Wir konnten alle Termine einhalten, da die Zusammenarbeit mit meinem Partner gut geplant war. Durch das Projekt lernten wir Organisation und den richtigen Umgang mit realen Kunden. Zudem erkannten wir, dass es nicht nur den einen richtigen Weg gibt. Flexibilität ist stets gefragt. Außerdem planen wir die Dreharbeiten am Video im Sommer fortzusetzen. Ich finde, durch unsere grafische Arbeit bekam die Firma eine optische Auffrischung und geht durch ihr neues Logo weniger in der Masse unter. Die Zusammenarbeit mit meinen Kollegen Patrick war sehr angenehm und gewinnbringend. Wir ergänzten uns gegenseitig stets und konnten so alle Hürden meistern. Wir sind ein gutes Team.

Reflexion Patrick

Als wir den Auftrag zur Erstellung des Maturaprojekts bekommen haben, stellte ich mir aber die Frage, wie ich ein passendes Thema finden sollte. Mein Partner im Team stand auch schnell fest, da Leo und ich uns schon seit knapp 5 Jahren kennen und wir bereits oft erfolgreich zusammengearbeitet haben. Nach reiflichen Überlegungen und Recherchen haben wir ein passendes Projekt gefunden. Wir waren voller Tatendrang ein tolles Imagevideo für die Firma Heliunion zu erstellen. Über soziale Netzwerke sollte der Film dann in Umlauf gebracht werden, um auf die Angebote des Betriebs aufmerksam zu machen. Nach einer langen Planungs- und Vorbereitungsphase wurden corona-bedingt alle Flüge abgesagt. Wir mussten das Projekt ändern und neu planen. In Absprache mit der Firma beschlossen wir ein Logo, eine Broschüre und eine Visitenkarte zu gestalten. Die einzelnen Arbeitsschritte wurden gerecht aufgeteilt. Es sind keine größeren Probleme aufgetreten. Nur die ständige Unsicherheit durch den Lockdown erforderte ständig neue Planung. Auch die Vorbereitung des Drucks war zeitintensiv. Doch am Ende ist ein gut gelungenes Projekt entstanden.





Matura 2020/21 | Handbuch

Leo Demez und Patrick Graf