

1. Warum haben Sie ausgerechnet dieses Sujet gewählt?

Der Junge macht ein überraschtes Gesicht, weil unvermutet ein Spielzeug-Dinosaurier ins Bild kommt. Dies erzeugt auch bei den Betrachtenden einen Überraschungseffekt. Nach einer kurzen «Schreckzehntelssekunde» ist aber klar, dass es sich «nur» um einen harmlosen Spielzeug-Dino handelt. So wird mit dem Sujet eine spannende und zugleich entspannende Stimmung erzeugt. Die Aussage des Bildes ist: Auch wenn man das Mythen Center Schwyz (das übrigens 1972 als zweites Shoppingcenter der Schweiz eröffnet wurde!) schon lange kennt, ist es immer wieder für positive Überraschungen gut.

2. Wie wird mit diesem Sujet gearbeitet?

Das Mythen Center Schwyz produziert u. a. drei verschiedene Sujets für so genannte F12- Plakate. Diese Plakate sind 2.7 m breit sowie 1.2 m hoch und werden entlang von Strassen aufgehängt. Jedes der drei Plakate ist identisch gestaltet, was die Wiedererkennung erleichtert. Um die Vielfalt des Shoppingcenters anzudeuten, ist jedes Plakat in einer der drei Mythen Center Schwyz Farben Blau, Rot und Grün gehalten.

Das Bild mit dem Jungen wurde mit dem Wort «überraschend» ergänzt, um die Bildaussage auch textlich zu stützen. Es ist wichtig, dass die Betrachtenden dieselbe Aussage auf verschiedene Weise wahrnehmen bzw. aufnehmen können. So steigen die Chancen, dass die Botschaft beim Empfänger auch ankommt.

3. Warum gerade dieser Typus Gesicht

Das Foto zeigt einen Jungen, der aus unserer Gegend stammen und darum auch ein «typischer» Mythen Center Schwyz Kunde sein könnte. Er hat eine lustige Frisur und ist ein richtiger Lausbub. Er spielt gerne mit seinem Dinosaurier und ist für jedes Spässchen zu haben. Das macht ihn sympathisch und Kinder im ähnlichen Alter sowie Eltern können sich gut mit ihm identifizieren, wenn sie das Bild betrachten.

4. Was versprechen Sie sich mit diesem Bild?

Weil der Junge «einer von uns ist» schafft dies u. a. Vertrautheit und Vertrauen. Man hat das Gefühl, dass man den Jungen kennt. Von diesen positiven Gefühlen möchte das Mythen Center Schwyz für sein eigenes Image profitieren. Wer den Jungen gut findet, findet auch das Mythen Center Schwyz gut und geht dort einkaufen.

4. Gab es noch andere Gesichter zur Auswahl?

Im Vorfeld des Foto-Shootings (bei dem der Junge mit dem Dino fotografiert wurde) hat eine auf Fotomodelle spezialisierte Agentur Vorschläge unterbreitet. Wir haben den Jungen aus rund einem Dutzend Anregungen ausgewählt, weil er am besten zu unseren Anforderungen (siehe Punkte 3 und 4) passte.

(Vollständiges Mail-Interview im August 08 mit Thomas Smolinski, Marketing)