

PRAXISSEMESTERBERICHT

Flash Programmierung / Screendesign bei BBDO Interactive

Tobias Marciniak
Matrikelnummer 4792
4.Semester Medieninformatik
Hochschule Harz



Betreuender Hochschullehrer: Prof. Dr. Helmut Eirund

Tobias Marciniak;Werrestr.11;32791 Lage;0172/5256303
BBDO Interactive;Grünstrasse 15;40212 Düsseldorf;0211/9308300

INHALT

1 Formale Angaben	1
2 BBDO Interactive	
2.1 Das Unternehmen	2
2.2 Die Geschichte	3
2.3 Die Kunden	5
2.4 BBDO Worldwide Network	6
2.5 Marktentwicklung	7
3 Aufgaben und Tätigkeiten	
3.1 Allgemeines Umfeld	8
3.2 Flash Programmierung	9
3.2.1 Was ist Flash?	9
3.2.2 Vektoren und Pixel	9
3.3.3 Übertragungsleistung	10
3.3.4 Flash4 & Action Script	10
3.3 Die Bounty-Insel	11
3.3.1 Die Idee	11
3.3.2 Umsetzung	12
3.3.3 Das Produkt	13
3.4 Weitere Projekte	15
3.4.1 SNICKERS	16
3.4.2 BBDO-Interactive	17
3.4.3 Bernd Kraft	18
4 Persönliche Erfahrungen	
5 Anhang	

1 Formale Angaben

Das Praktikum wurde in dem Zeitraum vom 27.März 2000 bis 31.Juli 2000 durchgeführt. Arbeitgeber war die BBDO Interactive in Düsseldorf. Der Einsatz erfolgte im Bereich Screendesign mit dem Schwerpunkt Flash-Programmierung.

Dieser Bericht wurde selbständig von Tobias Marciniak erstellt. Er ist inhaltlich korrekt und stimmt überein mit den tatsächlich durchgeführten Tätigkeiten bei der BBDO Interactive GmbH.

Tobias Marciniak

BBDO InteractiveGmbH

Düsseldorf, Juli 2000

2 BBDO Interactive

2.1 Das Unternehmen

BBDO INTERACTIVE ist ein Full-Service-Dienstleister in allen Bereichen der Neuen Medien: für Endverbraucherlösungen ebenso wie für Business-to-Business Strategien und e-Commerce-Anwendungen.

In einem gewachsenen Synergieverbund aus Kreativagentur und Softwarehaus entwickelt BBDO INTERACTIVE attraktive Medienbausteine für den elektronischen Dialog zwischen Anbieter und den jeweiligen Zielgruppen. Gemeinsam mit dem Kunden kreiert BBDO INTERACTIVE tragfähige und anspruchsvolle Kommunikations- und Vermarktungsstrategien.

Fundiertes technisches Wissen sowie präzise Kenntnisse des Marktes und höchster ästhetischer Anspruch sind dabei die Voraussetzungen für die Akquisition und Bindung großer namhafter Kunden.

Die BBDO INTERACTIVE GmbH ist ein integraler Bestandteil des weltweiten BBDO Network mit rund 300 Büros in 75 Ländern. Die enge Kooperation mit den Netzwerkpartnern kennzeichnet viele Projekte. Die Kunden profitieren dabei von der gebündelten Kompetenz.

Die BBDO INTERACTIVE GmbH ist mit seinem interdisziplinären Team aus über 130 festen und freien Mitarbeitern der rasanten Entwicklung des Marktes immer einen Schritt voraus und gestaltet den Mainstream aktiv mit.

2.2 Die Geschichte

1995

Gründung der Multimedia-Agentur BBDO INTERACTIVE GmbH als Merger von drei spezialisierten Einzelfirmen mit Sitz im Düsseldorfer Medienhafen. Mehrheitsgesellschafter ist BBDO.

Mitarbeiter: 40
Kunden: 18
Bruttoertrag: 4,7 Mio. DM

1997

Grundlegende Neustrukturierung:

- ? Neugliederung der Kundengruppen
- ? Aufbau einer eigenständigen NB-Gruppe
- ? deutliche Marketing-Orientierung

Die Geschäftsleitung teilen sich jetzt Heiko Falk und Christoph von Dellingshausen, der bereits seit 1995 zur Agentur gehört.

Mitarbeiter: 50
Kunden: 31
Bruttoertrag: 8,4 Mio. DM

1998

Intensive Marktpositionierung als Full-Service Dienstleister von der Business-to-Business bis zur Endverbraucher-Kommunikation. Stärkere Einbindung in das BBDO-Network als Basis für Kooperationen mit leistungsstarken Partnern.

Mitarbeiter 65
Kunden: 35
Bruttoertrag: 10,2 Mio. DM

1999

Positive Kundenentwicklung, weiteres Wachstum und interne Neustrukturierung der Teams und der Projektprozesse. Ausbau der e-Commerce Beratergruppe mit Schwerpunkt Customer Relationship Management. Intensivierung der Ausrichtung zur marketingorientierten Kommunikationsberatung.

Marco Solá wird neben Heiko Falk und Christoph v. Dellingshausen dritter Geschäftsführer der Agentur.

Mitarbeiter:	110
Kunden:	40
Umsatz:	ca. 16 Mio. DM

März 2000

Umzug mit den BBDO Partneragenturen in das Düsseldorfer Stilwerk in der Grünstrasse 15.

2.3 Die Kunden

Langfristige Beziehungen zwischen Partnern sind die Basis für Leistung und Erfolg. BBDO INTERACTIVE betreut namhafte Kunden aus allen Wirtschaftsbereichen, davon viele schon seit mehreren Jahren. Mit anderen Unternehmen steht die Agentur am Anfang einer erfolgreichen Zusammenarbeit.

Hier eine Auswahl einiger Kundenprojekte:

Bayernwerk AG	www.bayernwerk.de
Citibank	www.citibank.de
DekaBank	www.deka.de
Deutsche Post / e-Commerce Services	www.e-cs.de
Deutsche Telekom/Multimedia Systemhaus	CD-ROM
Deutsche Telekom/DeTeMobil	www.t-mobil.de
Effem	www.whiskas.de
Eismann Family GmbH	www.eismanncity.de
Ericsson	www.ericsson.de
House of Prince	www.redprincenature.de
KlingelInberg-Gruppe	www.klingelInberg.de
Mars	www.snickers.de
Mars	www.bounty-insel.de
Overnight Parcel Courier	www.opc-kurier.de
Volkswagen	www.volkswagen.de
Der neue Passat	www.passat.de
Der neue Golf	www.generationgolf.de
Der New Beetle	www.newbeetle.de
Der neue Bora	www.volkswagen-bora.de
Der neue Lupo	www.volkswagen-Lupo.de
VW Nutzfahrzeuge	www.vw-nutzfahrzeuge.de
VW Fuhrpark	www.vw-fuhrpark.de
VW Jahreswagen	www.vw-jahreswagen.de
VW Motorsport	www.vw-motorsport.de
VW Service	www.vw-service.de
VW Bank	www.vw-bankdirect.de
VW Soundfoundation	www.soundfoundation.de
Votex GmbH	www.votex.de
VTG-Lehnkering AG	www.vtg-lehnkering.de
BBDO Deutschland	www.bbdo.de
BBDO CONSULTING	www.bbdo-consulting.de

2.4 BBDO Worldwide Network

Die BBDO INTERACTIVE GmbH ist ein Unternehmen des BBDO Worldwide Network, das mit rund 300 Büros in 75 Ländern vertreten ist und damit weltweit zu den größten Kommunikationsunternehmen zählt. Eine enge Kooperation mit den Networkpartnern kennzeichnet viele Projekte. Die Kunden profitieren dabei von der gebündelten Kompetenz im Network.

Gemeinsam mit den Partnern ist die BBDO INTERACTIVE fit für die Eroberung internationaler Märkte, weil sie jederzeit auf den Ressourcenverbund eines weltweit operierenden Kommunikationsunternehmens zurückgreifen kann.

Das BBDO NETWORK bedient sich der Expertise und der Implementierungserfahrung von Spezialisten in den unterschiedlichsten Kommunikationsdisziplinen zurück, denn ohne stringente Umsetzung und kontinuierliche Markenbetreuung in allen Einzeldisziplinen sind Positionierung und Strategie wertlos.

Strategische BBDO INTERACTIVE-Partner für integrierte Kommunikationsmaßnahmen sind weltweit führende Agenturen in den Disziplinen:

- ? Advertising
- ? Contract Publishing
- ? Call- & Communication Center
- ? Corporate & Design
- ? Direct Marketing
- ? Event Marketing
- ? Media
- ? Public Relations
- ? Sales Promotion
- ? Sponsoring
- ? Trade Marketing

2.5 Marktentwicklung

Schon längst hat Multimedia kaum noch etwas mit bunten Websites und Online-Broschüren gemeinsam. Extrem kurzlebige Entwicklungsphasen beeinflussen die Informationstechnologie und das internationale Marketing der Neuen Medien. Auch Produktgestaltung und interaktives Design werden weiterhin einem schnellen Wandel unterliegen.

Der Aufbau interaktiver Vertriebswege, die Eroberung neuer Kundenpotentiale und die Steigerung der Effizienz innerhalb der veränderten Handelsstrukturen sowie die zunehmende Verschmelzung von klassischem mit digitalem Broadcast werden im Vordergrund der Entwicklungen innerhalb der neuen Medien stehen.

Seit seinem Bestehen treibt BBDO INTERACTIVE diese Entwicklungen aktiv voran und gestaltet kontinuierlich die Zukunft der Neuen Medien. Mit prozessorientiertem Consulting, kompetenten Softwareentwicklern und herausragenden Designern gestaltet BBDO INTERACTIVE für seine Kunden komplexe, dialogfähige Informations- und Vertriebsangebote im Web und nimmt damit die großen Herausforderungen des beginnenden Jahrtausends kompetent und hochmotiviert an.

(Quelle Kapitel 2: BBDO INTERACTIVE)

3 Aufgaben und Tätigkeiten

3.1 Allgemeines Umfeld

BBDO INTERACTIVE ist in die Gruppen Rot, Grün und Blau unterteilt, deren Struktur identisch ist (siehe Abbildung).

Der Bereich Screendesign ist neben Beratung, Text, Datenbank- und Webprogrammierung eine von fünf Abteilungen bei BBDO INTERACTIVE.

Der ScreenDesigner setzt das Layout für die anstehenden Projekte um. Die Koordination und Konzeption übernimmt der ArtDirector.

Ein CreativDirector sorgt durch Koordination der ArtDirectoren für einen reibungslosen Ablauf.

Aus der Zusammenarbeit aller Bereiche entsteht schließlich das fertige Produkt.

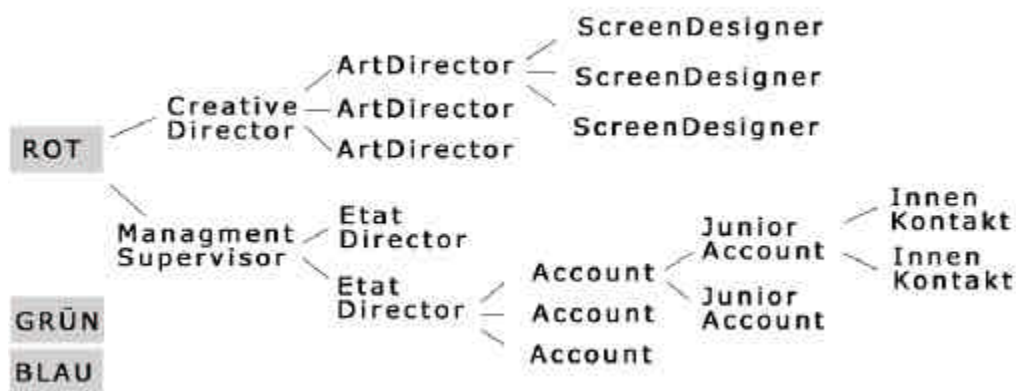


Abb.: Organisation der Arbeitsabläufe bei BBDO INTERACTIVE

3.2 Flash Programmierung

3.2.1 Was ist Flash?

Die Software Flash ist der Standard für interaktive Vektorgrafiken und Animationen im Web. Webdesigner verwenden Flash zum Erstellen attraktiver, anpassungsfähiger und extrem kompakter Navigationsoberflächen, technischer Illustrationen, Langform-Animationen und faszinierender Effekte für Websites.

(Quelle: Macromedia)

3.2.2 Vektoren und Pixel

Vektoren bilden das Fundament von Flash. Natürlich können auch Bitmaps (pixelbasierte Bilder) und Ton verwendet werden. Vektorgrafiken bieten jedoch eine ganze Reihe von Vorteilen. Sie werden mathematisch beschrieben. Für eine Linie werden nur der Anfangs- und Endpunkt benötigt, für eine Kurve zusätzlich noch die Krümmung, für einen Kreis nur der Mittelpunkt und der Radius.

Pixelbasierte Bilder (z.B. erzeugt mit Adobe Photoshop) werden Punkt für Punkt beschrieben, d.h. bei einer Auflösung von 800 x 600 werden genau 480.000 (!) Pixel dargestellt. Vektorgrafiken sind auflösungsunabhängig und können in jeder Vergrößerungsstufe verlustfrei dargestellt werden. Bitmaps sind auflösungsabhängig, da sie aus einer Matrix bestehen und werden so bei Vergrößerung immer körniger.

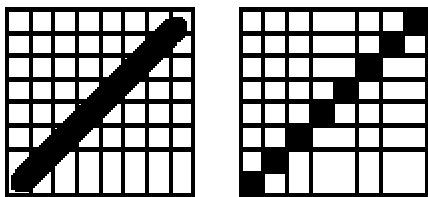


Abb.: Darstellung von Vektorgrafiken (links) und Bitmaps (rechts)

3.2.3 Übertragungsleistung

Vektorgrafiken sind in der Regel kleiner als pixelorientierte Grafiken. Somit sind natürlich auch vektororientierte Animationen kleiner. Flash bietet die Möglichkeit, Bilder und Animationen zu verwenden ohne die *Datenautobahn* zu verstopfen, da die Bandbreite im Internet noch sehr begrenzt ist. Somit wird eine geringere Ladezeit der Webseite gewährleistet.

Um die mathematische Beschreibung in Pixel umzuwandeln und auf dem Monitor darzustellen, wird zwar eine erhöhte Rechenleistung benötigt, die aber bei modernen Computern im Überfluss vorhanden ist.

3.2.4 Flash 4 & Action Script

Die wahrscheinlich herausragendste Neuheit für professionelle Entwickler ist die Weiterentwicklung der Aktionen zur Programmiersprache *Action Script*.

Vor der Flash4-Version beschränkten sich die Möglichkeiten des Programms auf Animationen mit Hilfe einer Timeline. Jede Bewegung eines Objektes musste durch ein Anfangs- und Endbild festgelegt werden. In der Version 3 konnte man Objekten schon einige Aktionen zuweisen.

Mit der Version 4 wurden diese Aktionen stark erweitert. So können z.B. Position, Größe, Alphakanal oder Rotation eines Objektes mit Hilfe des Actionscripts bestimmt werden und natürlich gibt es auch Kontrollstrukturen wie *IF* und *LOOP*.

Mit Flash4 sind CGI-gesteuerte Formulare genauso realisierbar wie Spiele. Das Audio Format MP3 steht zur Verfügung, Anzeigefelder lassen sich dynamisch erzeugen und die Tastatur lässt sich abfragen.

Um Flash4 in vollem Umfang nutzen zu können, reicht es also nicht mehr aus, nur die grafischen Eigenschaften des Programms zu verstehen. Es werden zudem Programmiererfahrungen und Allgemeinwissen der Informatik benötigt -

Ein optimaler Einsatz für Medieninformatiker.

(Quelle 3.2: Flash4, Sascha Wolter, Galileo Design)

3.3 Die BOUNTY®-Insel (www.bounty-insel.de)

3.3.1 Die Idee

Ziel des Projektes war die Entwicklung einer Webseite für die Firma MARS®, in der eine Erlebniswelt für das Produkt BOUNTY® dargestellt werden sollte. Zusätzlich musste ein Gewinnspielbereich integriert und ein Bildschirmschoner entwickelt werden.

Als Plattform diente die Software Flash4 von Macromedia. Eine HTML-Version der Seite sollte nicht erstellt werden.

Das Grundkonzept sah die BOUNTY®-typische Insel vor, die schon durch die TV-Spots und Print-Werbung bekannt ist und dem Betrachter ein Gefühl von Exotik und Entspannung vermitteln soll.

Die Idee war es nun, den Besucher die Insel *erleben* zu lassen, das heißt, keine klare Benutzerführung durch die sonst üblichen Menüs zu gewährleisten. Zusätzlich soll der User sich frei auf der Insel bewegen können, also weg vom *starr*en Screen. Durch dynamische, audio-visuelle Elemente musste außerdem ein lebendiges Inselleben erzeugt werden: Fische reagieren auf Berührungen, Kokosnüsse können von Palmen geschüttelt werden, Wasser bewegt sich, ...

Weitere Ebenen wie das Gewinnspiel, die Produktbeschreibung oder der Downloadbereich (Bildschirmschoner) sollen vom Besucher erst *entdeckt* werden.

Das Gewinnspiel musste aus drei Aufgaben bestehen:

Kokosnüsse sammeln, Muscheltöne nachspielen und versteckte Papageien im Urwald finden.

Bis dahin war unklar, ob das Projekt in technischer Form realisierbar wäre. Jedoch trieb diese neue und ungewöhnliche Idee das Team schnell voran und bald schon stand fest, dass der Actionscript von Flash4 alle Möglichkeiten zur Fertigstellung bieten würde.

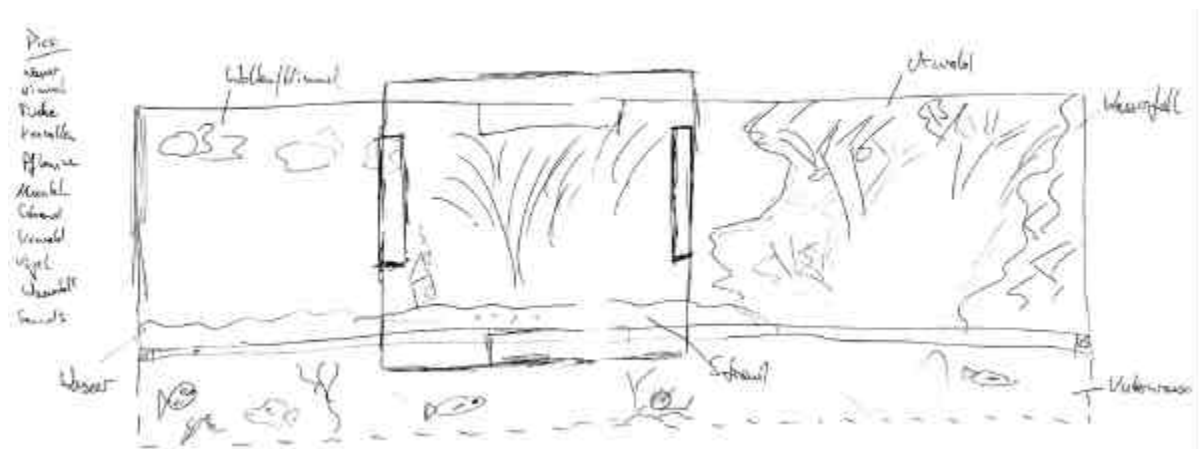


Abb.: Erster Entwurf der BOUNTY®-Insel.

3.3.2 Umsetzung

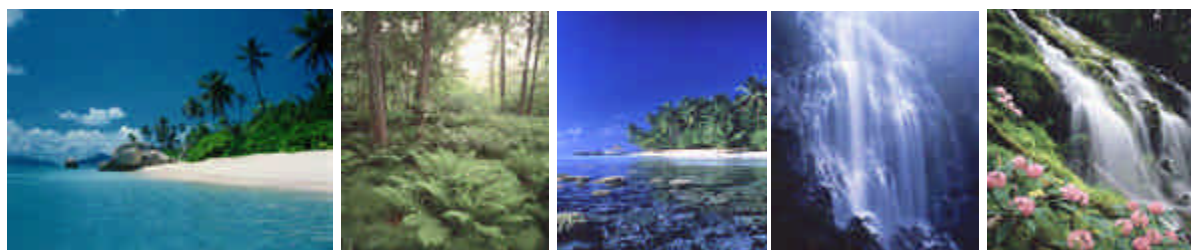
Zunächst ging es auf Motivsuche für den Hintergrund. Da kein passendes Inselbild gefunden werden konnte, wurde eine Collage aus fünf Einzelbildern erzeugt und zu einer Inselwelt zusammengefügt. Das Bildmaterial wurde aus Bildkatalogen (TonyStone, Bavaria etc.), der Agentur ausgesucht und bestellt. Ein *TonyStone*-Bild kostet zwischen 200 und 500 DM, je nach Grösse des Motivs, Art und Dauer der Verwendung.

Im fertigen Screen wird später immer nur ein Ausschnitt der Insel zu sehen sein, da sich das Bild verschieben lässt und so der Eindruck entsteht, als würde sich der Besucher über die Insel bewegen.

Das hat allerdings einen Nachteil: um genügend Bewegungsfreiraum zu schaffen, muss der Hintergrund große Ausmaße haben (1500x600 Pixel, was der Dateigröße nicht gerade zugute kommt) und das Sichtfenster relativ klein gehalten werden (680x300 Pixel).

Zur Unterstützung der Atmosphäre musste nun noch ein Hintergrund-sound gefunden werden. Wie schon beim Bild, wurden auch hier mehrere Töne (Brandung, Vögel, ...) gemixt und geloopt. Zusätzlich wurde dieser Sound noch für die Ober- und Unterwasserwelt getrennt abgemischt.

Je nach Position des Besuchers auf der Insel passen sich nun die Hintergrundgeräusche dem optischen Eindruck an.



(Bilder: TonyStone)



Abb.: Der fertige Insel-Background (1500x600 Pixel)

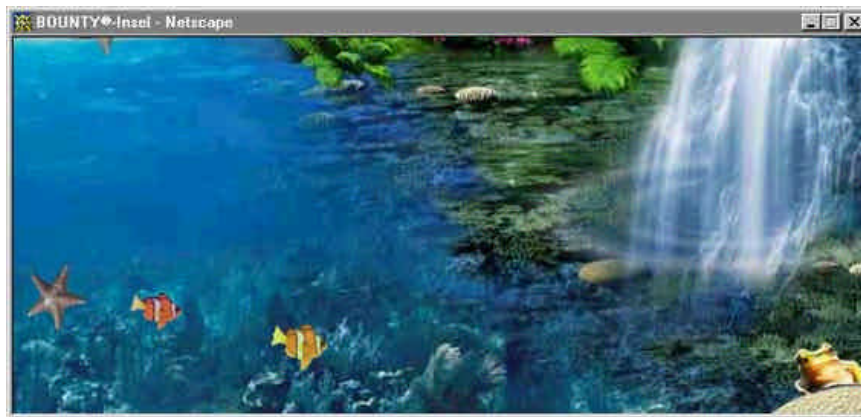
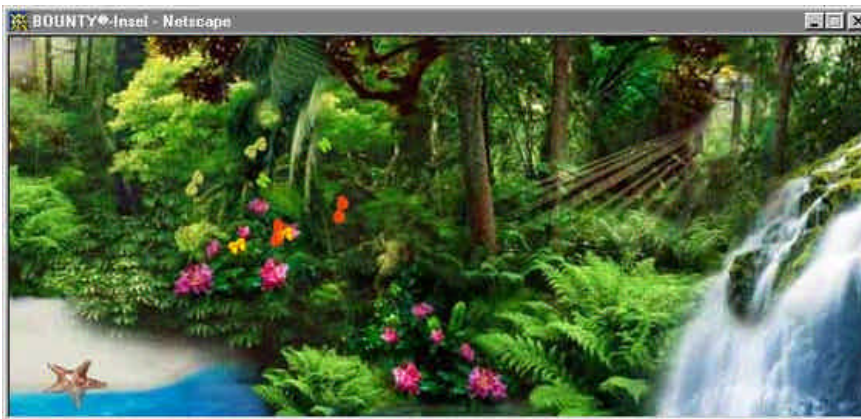
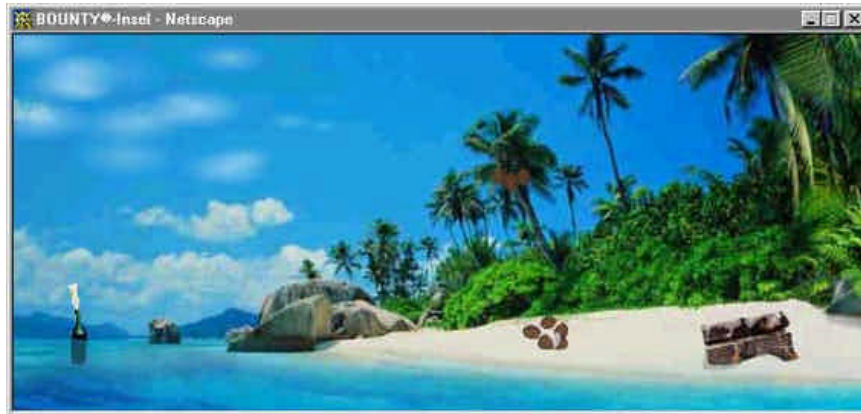
Nachdem das *Grundgerüst* der BOUNTY®-Insel fertiggestellt war, konnten nun weitere dynamische Elemente erstellt und hinzugefügt werden.

Hier eine Auflistung der wichtigsten Effekte/Animationen:

- ? *Windeffekt*: In einem bestimmten Bereich des Himmels werden bei Kontakt mit der Mouse Wolken erzeugt; Windgeräusche sind zu hören
- ? *Palme*: Wird die Palme mit der Mouse einige Male geschüttelt, fallen die Kokosnüsse herunter und zerplatzen am Boden. (Dies ist auch der Ein-gang zum Produktbereich mit Produktbeschreibung)
- ? *Sonne*: In bestimmten Bereichen des Waldes fallen bei Berührung durch die Mouse Sonnenstrahlen durch das Dickicht, die feuchten Blät-ter beginnen zu glitzern und eine Harfenmelodie erklingt
- ? *Schmetterlinge*: Die Berührung einiger Blüten erzeugt einen Schwarm von Schmetterlingen
- ? *Fische*: Die Fische reagieren dynamisch auf die Berührung der Mouse und weichen ihr aus
- ? *Seestern*: Der Seestern lässt sich mit der Mouse aufheben und rotieren. Er fällt auf den Meeresgrund, sobald die Mouse ihn nicht mehr berührt (Der Seestern am Strand ist der Link zum Downloadbereich)
- ? *Wasserfall*: Das Wasser ist animiert und damit ständig in Bewegung. Durch Berührung mit der Mouse lässt sich das Rauschen verstärken
- ? *Wabbern*: Ein bestimmter Bereich unter Wasser fängt bei Mouse-Kontakt an zu Wabbern - ein Unterwassereffekt entsteht
- ? *Schatzkiste*: Die Schatzkiste öffnet sich mit einem Knarren, dahinter verbirgt sich der Spielbereich
- ? *Flaschenpost*: Die Flaschenpost bewegt sich in den Wellen und ist der Link zu den e-Cards (In HTML programmiert)
- ? *Frosch*: Durch Berührung mit der Mouse quakt der Frosch, bei einem Klick verschwindet er hinter einem Felsen

(siehe auch: Screenshots, Seite 14)

Screenshots: BOUNTY®-Insel



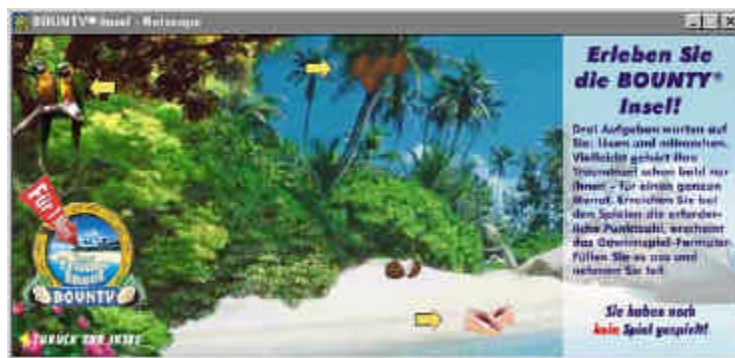
Der Gewinnspielbereich

Die Hauptauswahl:

Auf dem Startscreen bekommt der Benutzer eine kurze Erläuterung der Aufgabe. Es gilt insgesamt drei Spiele zu lösen. Die Reihenfolge ist hierbei unwichtig. Der aktuelle Spielstand wird unten rechts auf der Seite angezeigt. Durch Anklicken der Symbole *Nüsse*, *Vögel*, *Muscheln* (durch Pfeile gekennzeichnet) gelangt der Besucher zum entsprechenden Spiel. Alle Aufgaben können so oft gespielt werden, wie der User es möchte, jedoch führen Mehrfachsiege im selben Game nicht zu weiteren Gesamtpunkten.

Nachdem es im Kokosnuss-Spiel bei Laptop-Benutzern zu Schwierigkeiten bei der Steuerung kam, wurden die Regeln so geändert, dass mindestens zwei Aufgaben bestanden werden müssen. Alle drei Games müssen vorher jedoch mindestens einmal angespielt werden.

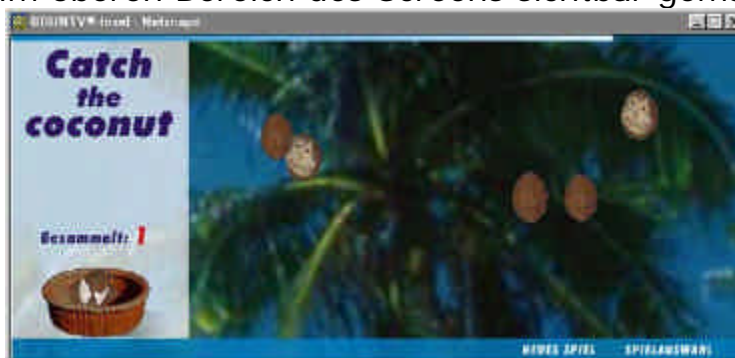
Ist der nötige Spielstand erreicht, so öffnet sich ein HTML-Formular zur Eingabe der persönlichen Daten und der endgültigen Teilnahme am Gewinnspiel. Der Preis: Ein vierwöchiger Urlaub für sechs Personen auf einer Trauminsel.



Screenshot: Hauptauswahl Spielebereich

Nußspiel:

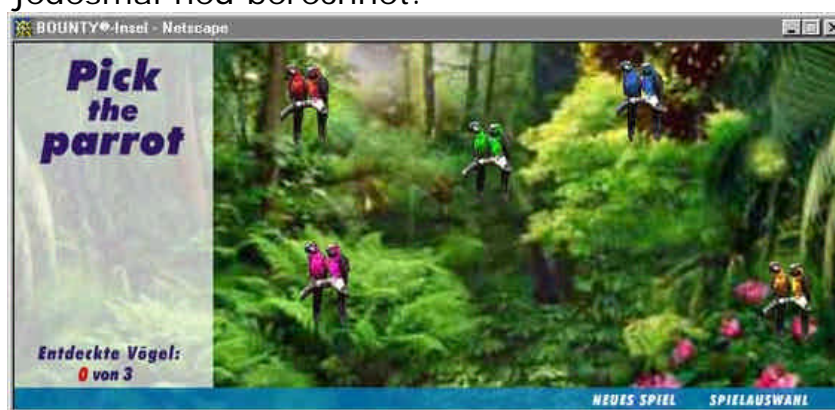
Der Spieler muss mindestens zehn Kokosnüsse fangen, die zufällig und nur für wenige Sekunden auf dem Bildschirm auftauchen. Fängt der User einen Affen, so gibt es Punktabzug. Die gesammelten Nüsse werden im Korb und per Ziffer dargestellt. Es gibt eine Zeitbegrenzung, die durch einen Balken im oberen Bereich des Screens sichtbar gemacht wird.



Screenshot: Fang die Kokosnuss

Vogelspiel:

Aufgabe ist es, sich die Farben und Positionen der Papageien zu merken. Für einen kurzen Augenblick werden alle Vögel sichtbar (siehe Screen-shot). Danach erscheint anstelle der Vögel ein Fragezeichen und der Spieler wird nach der Position eines bestimmten Papageis gefragt auf den er tippen muss (z.B.: Wo ist der rote Papagei?). Nach drei richtigen Versuchen ist das Spiel bestanden. Die Position und Farbe der Vögel wird jedesmal neu berechnet.



Screenshot: Finde den Papagei

Muschelspiel:

Bei dieser Aufgabe muss sich der Spieler die Reihenfolge von bestimmten Tönen merken. Insgesamt fünf Mal ertönt eine Muschel mit ihrem eigenen Klang und wird zusätzlich farblich unterlegt. Danach muss die Melodie in derselben Reihenfolge nachgespielt werden. Drei erfolgreiche Versuche führen zum Bestehen der Aufgabe. Die Melodie wird jedesmal neu berechnet.



Screenshot: Spiele die Melodie nach

Der Bildschirmschoner

Der Bildschirmschoner ist zwar ein Abbild der Insel, musste aber komplett neu programmiert und der Hintergrundsound neu abgemischt werden. Das Scrollen und die Aktivierung der Objekte erfolgen automatisch.

Die Programmierung

Zuletzt ist zu erwähnen, dass hinter jedem Objekt der Seite eine Menge Programmierungsarbeit steckt, die komplett mit dem Actionscript von Flash4 gelöst ist. Da es den Rahmen sprengen würde, jeden Script aufzuführen und zu beschreiben, werden folglich nur ein paar Beispiele dargestellt.

Ein Teil der Fischsteuerung:

```
If (go <> 0)
  If (((zufall=1)AND(getproperty("",_x)<=850))OR(getproperty("",_x)>=850))
    Set Variable: "richtung" = "links"
  End If
  If (((zufall=0)AND(getproperty("",_x)>=150))OR(getproperty("",_x)<=150))
    Set Variable: "richtung" = "rechts"
  End If
  Set Property ("", X-Position) = getproperty("",_x)+go
End If
If (go = 0)
  Go to and Stop (2)
End If
```

Das Nusspiel wurde erfolgreich beendet:

```
Begin Tell Target ("_level10/ausgabe")
  Go to and Stop (2)
End Tell Target
If (_level10/:nuss = 0)
  Set Variable: "_level10/:geschafft" = _level10/:geschafft + 1
End If
Set Variable: "_level10/:nuss" = 1
Remove Movie Clip ("korbneu")
Set Variable: "i" = punkte
Loop While (i>0)
  Remove Movie Clip ("punkte"&i)
  Set Variable: "i" = i - 1
End Loop
Stop
```

Die Steuerung des Inselhintergrunds:

```
If (getproperty("",_x)>630 AND (getproperty("/bild",_x) >= -800))
  Set Property ("/bild", X-Position) = getproperty("/bild",_x) -20
End If
If (getproperty("",_x)<50 AND (getproperty("/bild",_x) <= -10))
  Set Property ("/bild", X-Position) = getproperty("/bild",_x) +20
End If
If ((getproperty("",_y)>270) AND (getproperty("/bild",_y) >= -270))
  Set Property ("/bild", Y-Position) = getproperty("/bild",_y) -20
End If
If (getproperty("",_y)<30 AND (getproperty("/bild",_y) <= -10))
  Set Property ("/bild", Y-Position) = getproperty("/bild",_y) +20
End If
```

Die Positionen der Papageien werden berechnet:

```
If (pos1<=0 OR pos1 eq pos2 OR pos1 eq pos3 OR pos1 eq pos4 OR pos1 eq pos5 OR pos1 eq pos6)
  Set Variable: "pos1" = zufall
  Go to and Play (12)
End If ...
If (pos5<=0 OR ":pos5" eq ":pos1" OR ":pos5" eq ":pos2" OR ":pos5" eq ":pos3" OR pos5 eq pos4 OR pos5 eq pos6)
  Set Variable: "pos5" = zufall
  Go to and Play (12)
End If
Set Variable: "zufall" = random(5)+1
If (pos1 <= 0 OR pos2 <= 0 OR pos3 <= 0 OR pos4 <= 0 OR pos5 <= 0 OR pos6 <= 0)
  Go to and Play (6)
Else
  Go to and Stop (13)
End If
Set Property ("p"&pos1, X-Position) = random(200)+170
Set Property ("p"&pos1, Y-Position) = random(70) +40
...
Set Property ("p"&pos5, X-Position) = random(100)+370
Set Property ("p"&pos5, Y-Position) = random(70) +40
Loop While (loop>0)
  Begin Tell Target ("p"&loop)
    Go to and Play (2)
```

3.4 Weitere Projekte

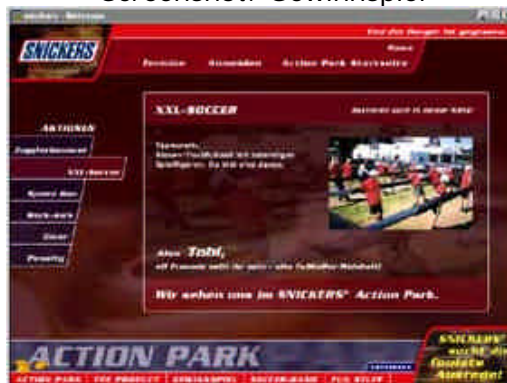
Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über weitere Flashprojekte im Rahmen des Praktikums gegeben.

3.4.1 SNICKERS® (www.snickers.de)

Auf der SNICKERS®-Seite dreht sich alles um den Fußball. Neben der Produktbeschreibung wird der *Actionpark* vorgestellt, ein Fußballpark für Kids. Es gibt ein Online-Soccer-Game und der aktuelle TV-Spot steht zum Download bereit. Das Gewinnspiel („Die foulste Ausrede“) wird durch Radiowerbung zusätzlich promotet.



Screenshot: Gewinnspiel



Screenshot: Actionpark



Screenshot: Online Soccer-Game

3.4.2 BBDO INTERACTIVE (www.bbdo-interactive.de)

Die neue Homepage von BBDO INTERACTIVE ist in der Flash4-Version programmiert, eine HTML-Version wurde nachgebaut. Das Besondere hierbei ist, dass die drei Auswahlpunkte *Unternehmen*, *Unser Markt* und *Unsere Kunden* per drag&drop ins Ausgabefenster gezogen und damit aktiviert werden.



Screenshot: Unternehmen



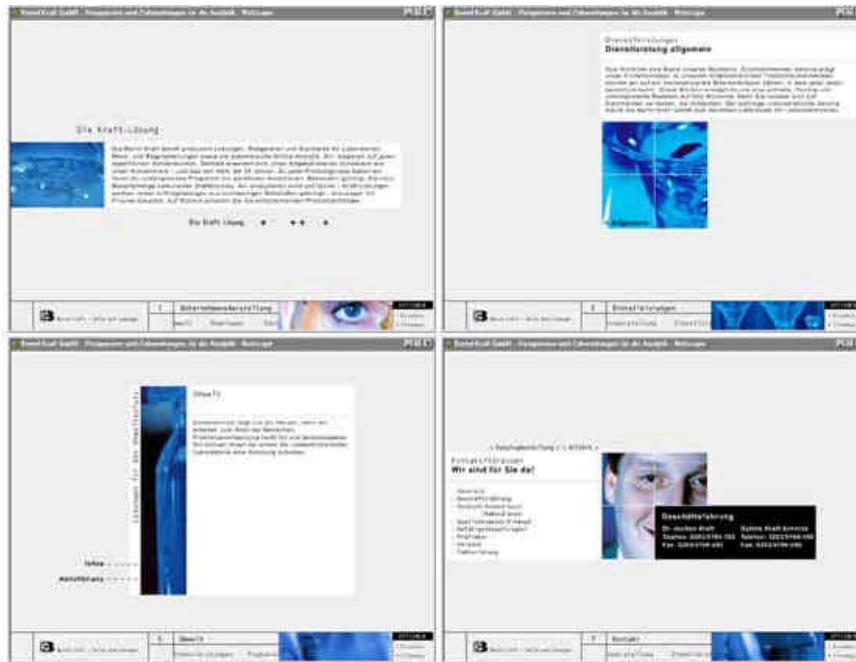
Screenshot: Unsere Kunden



Screenshot: Unser Markt

3.4.3 Bernd Kraft (www.bkraft.de)

Die Webseite des Chemieunternehmens Bernd Kraft. Der mittelständische Traditionsbetrieb gehört zu den führenden Herstellern von Laborchemikalien in Deutschland. Zunächst wurde mit Flash4 programmiert, eine HTML-Version der Seite wurde nachgebaut.



Screenshots: www.bkraft.de

3.4.4 Sonstiges

Neben den genannten Projekten gab es natürlich auch verschiedene weniger aufwendige Aufgaben zu bearbeiten. Dazu gehörten z.B. kurze Flashintros für HTML-Seiten, die Kreation von Tortendiagrammen in Adobe Photoshop, das Optimieren von Grafiken fürs Web und das Erstellen von Werbebannern mit Hilfe von GIF-Animatoren.

4 Persönliche Erfahrungen

Die erste Erfahrung machte ich gleich am ersten Arbeitstag, denn mit 8.30 Uhr war ich deutlich früher in der Agentur als jeder andere. Außerdem war durch die klare Abgrenzung der Bereiche Programmierung und Kreation zunächst nicht klar, welchen Platz ich bei BBDO INTERACTIVE endgültig einnehmen würde, da die Ausbildung zum Medieninformatiker genau diese Schnittstelle abdeckt.

Durch Glück landete ich dann in einem Bereich des Screendesign, in dem gerade ein Flashprojekt bearbeitet wurde. Durch meine Vorkenntnisse und mein großes persönliches Interesse an der Flashprogrammierung hatte ich hier also nun meinen Platz gefunden.

In den ersten Wochen beschränkte sich meine Arbeit auf die Unterstützung der Screendesigner bei kleineren Arbeiten, wie die Erstellung von Buttons und kurzen Animationen. Als aber schließlich das erste große Flashprojekt anstand (Bernd Kraft: siehe 3.4.3) waren für die aufwendige Navigation der Seite meine Programmierkenntnisse gefragt. Damit war der Grundstein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem Designer und mir gelegt.

Die folgenden Projekte *BBDO INTERACTIVE*, *SNICKERS®* und *BOUNTY®* profitierten von diesem Synergieeffekt. Als jetzt fester Bestandteil des Teams war das Gefühl *nur* ein Praktikant zu sein auf beiden Seiten schnell vergessen. (Es viel mir aber spätestens bei der Lohnabrechnung wieder ein.)

Meine Zeit bei BBDO-INTERACTIVE habe ich sehr genossen. Ich habe nicht nur viel gelernt, sondern auch in dem sehr jungen und netten Team neue Freunde gefunden, mit denen ich auch öfters nach Feierabend noch ein paar Bierchen in Düsseldorfs schöner Altstadt (sehr zu empfehlen) trinken gegangen bin. Die Arbeit hat mir immer Spaß gemacht und die jeden Abend stattfindenden internen Netzwerkspiele werde ich wohl so schnell nicht vergessen.

In Zukunft werde ich neben dem Studium weiterhin als Freelancer für die Agentur tätig sein und kann mir auch vorstellen danach als fester Mitarbeiter dort zu arbeiten.