

LOGBUCH VON JONAS RICKLIN

**stanz  
stanz**

MAGAZINE

EXKLUSIVE  
EINBLICKE IN  
DIE PRODUKTION  
DES **N°1** UND  
VIELES MEHR

**BE THE  
N°1**



# INHALTSVERZEICHNIS

---

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| Einleitung                  | I   |
| Körper 3D (Modell)          | 1-2 |
| Information & Kommunikation | 3-5 |
| Grafik                      | 6   |
| Bildsprache & Illustration  | 7   |
| Naturalistisches Zeichnen   | 8   |
| Farbenlehre & Formenlehre   | 9   |
| Kunst & Kulturgeschichte    | 10  |
| Quellenverzeichnis          | 11  |
| Schlussklärung              | 12  |
| Formular Vereinbarung       | 13  |

# EINLEITUNG

---

Für meine interdisziplinäre Projektarbeit habe ich einen Schuh gestaltet und diesen dann mit verschiedensten Techniken vermarktet. Dafür habe ich mir verschiedene Werbungen von grossen Marken angeschaut und analysiert. Mit Hilfe dieser Analysen habe ich dann meine eigene Werbung erstellt. Ich habe Plakate, eine Webseite und ein Werbevideo erstellt um den potenziellen Käufer auf möglichst vielen Wegen zu erreichen. Durch die Recherchen habe ich erfahren, dass Werbung sehr auf die Emotionen der Käufer abzielt. Aus diesem Grund habe ich bei meiner Werbung besonders darauf geachtet, den Käufer auf emotionaler Ebene zu packen. Denn wer möchte nicht gerne die Nummer 1 sein?

Ein weiterer wichtiger Punkt war die Zielgruppe. Werbung sollte immer gut auf die gewünschte Zielgruppe und deren Bedürfnisse abgestimmt sein. So ist es zurzeit wahrscheinlich nicht sehr erfolgsversprechend, wenn Gartengeräte bei Jugendlichen beworben werden, da die Freizeitinteressen dieser Zielgruppe heute eher in anderen Aktivitäten zu finden sind. Deshalb ist wichtig die richtigen Plattformen für die Werbungen zu nutzen. Da meine Zielgruppe Jugendliche von 15 bis 25 Jahren sind, habe ich vor allem auf Vermarktung im Internet gesetzt und Plakate, die Jugendliche am ehesten ansprechen könnten. Da Jugendliche heute auf sozialen Netzwerken sehr aktiv sind, war es wichtig auch auf diesen Ebenen Werbung anbieten zu können.

Meine Arbeit konzentriert sich vor allem auf zielorientierte und ansprechende Werbung sowie auf die Hintergründe des heute so beliebten «Sneaker». Während der Erstellung meiner Projektarbeit habe ich mich intensiv mit diesen beiden Themen befasst und habe dazu verschiedenste kunstbasierte Arbeiten erstellt.

# STEPZ No1

DER No1 VON STEPZ SERVIERT STYLE UND PERFORMANCE IN FORM EINES KLASSISCHEN DESIGNS.

Das Design des No1 setzt auf Einfachheit und Eleganz. Er ist ein Sneaker der Aufmerksamkeit erregt und dennoch alltagstauglich ist. Die goldenen Streifen und das Weiss sorgen für einen leichten Kontrast zum Schwarz und Grau und geben dem Schuh ein elegantes, modernes Aussehen. Der Schuh hebt sich durch sein spezielles Design von der Masse ab und behält doch eine gewisse Schlichtheit. Das STEPZ-Logo auf der Seite macht den Schuh unverkennbar zu einem echten Original und unterstreicht die Markenzugehörigkeit.



Des Weiteren überzeugt der No1 durch seine fortschrittliche Performance. Selbst unter härtesten Bedingungen hält er Stand und hebt sich somit klar von der Konkurrenz ab. Während des Videodrehs im Schnee hat der Schuh seinen Zweck einwandfrei erfüllt und er wurde innwendig nicht nass. Sneaker sind eigentlich nicht geeignet für solche extremen Bedingungen, dennoch hat der No1 mit seiner Standhaftigkeit im Schnee gezeigt, wozu er fähig ist und hat deshalb den Titel «Premiumprodukt» klar verdient.



Den Sneaker habe ich als komplett weissen Schuh eingekauft und anschliessend mit POSCA-Stiften bemalt. Da die Oberfläche des Schuhs teilweise ziemlich rau war, brauchte es mehrere Farbanstriche, um die Flächen deckend einzufärben.



Das Logo habe ich mithilfe einer Schablone auf den Schuh gemalt, dies stellte sich als eine ziemliche Herausforderung dar, da die zu bemalende Fläche ziemlich uneben war und man schnell abrutschen konnte. Mit Sorgfalt und Ausdauer ist es mir gelungen, das Werk mit samt Logo zu vollenden.

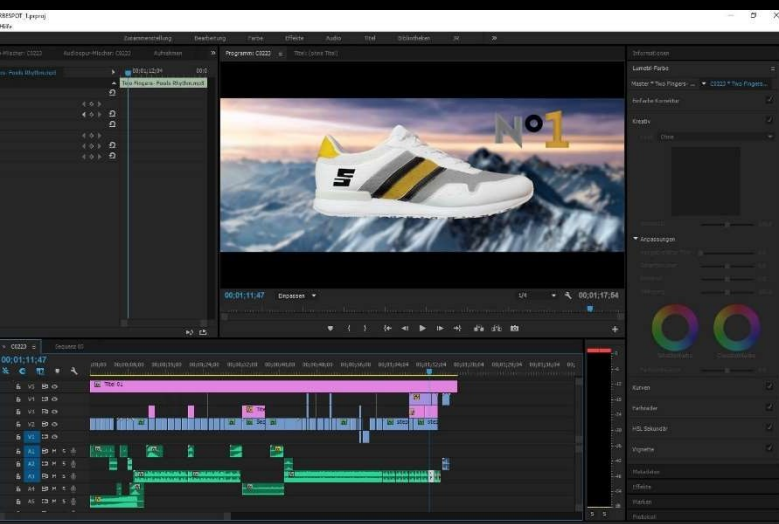


# WERBESPOT



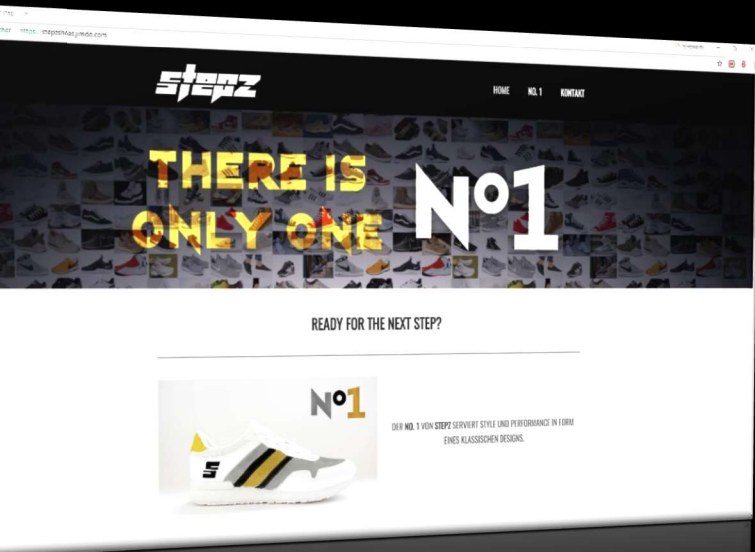
Für die Nachbearbeitung am Computer verwendete ich Adobe Premiere Pro und Adobe After Effects. Um die optimalen Farben aus der Kamera herauszuholen arbeitete ich mit einem Bildprofil (Slog-2) gearbeitet. Mit diesem können die Farben später am Computer nachbearbeitet werden. Die Schlusszene auf dem Berg wurde komplett am Computer erstellt. Dafür wurde das Video, auf dem der Schauspieler zu sehen ist, zuerst vor einem grünen Hintergrund aufgenommen. Danach wurden die Berge dahinter eingefügt.

Der Werbespot soll den Zuschauer auf emotionaler Ebene zum Kauf bewegen. Nach diesem Grundsatz habe ich auch meine Werbeslogans für den Werbespot definiert. Sie sollen beim Zuschauer ein Gefühl der Unbeschwertheit und Freiheit auslösen und ihn in den Glauben führen, dass man dieses Gefühl mit diesem Schuh erreichen kann, was sie dann schliesslich zum Kaufen bewegen soll. Beim Drehort für das Video wollte ich die Natur ins Bild bringen, um dem Zuschauer die «Freiheit» zu suggerieren. Ich habe mich entschieden, dass Video auf der Schwägalp zu drehen.



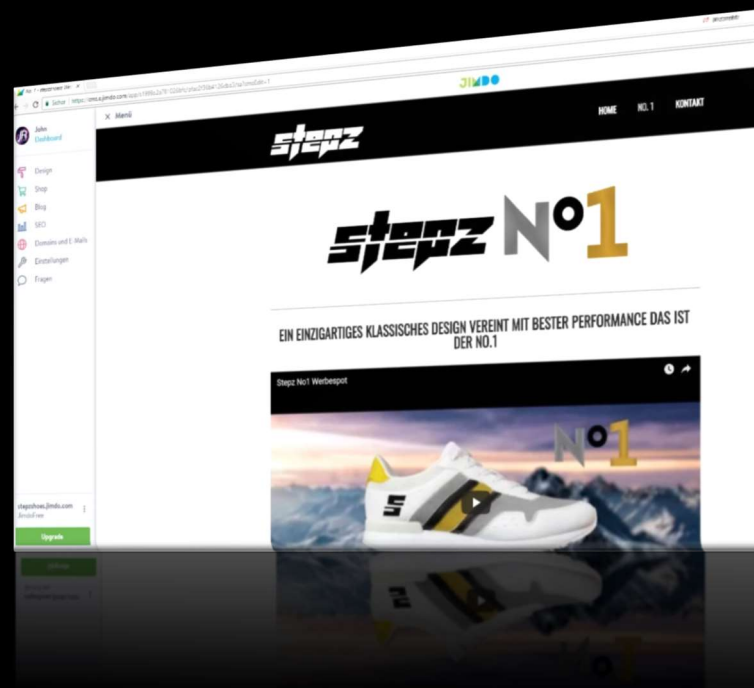
Das Video habe ich mit meiner Sony Alpha a6500 gefilmt. Um Kameraverwacklungen zu verhindern habe ich mit einem elektronischen Stativ gearbeitet, dass fließende Kamerafahrten erlaubt. Des Weiteren habe ich mit dem Sigma 18-35mm Objektiv sowie einem 20mm Objektiv von Sony gearbeitet.

# WEBSEITE



Um Kosten zu sparen benutzte ich für meine Webseite, die Gratis-Plattform Jimdo. Auf dieser konnte ich meine Webseite und deren Inhalte erstellen und veröffentlichen ohne eine URL (Webseitenadresse) und Webspace (Speicherplatz) kaufen zu müssen.

Das Erstellen der Webseite funktionierte mit Hilfe eines Baukastens, bei dem man seine Bild- und Textinhalte frei nach seinen Wünschen selbst gestalten kann. Das Erstellen der Seite brachte zwar viel Aufwand mit sich, es lohnt sich aber sehr, wenn man am Schluss seine eigene Webseite online besuchen kann.

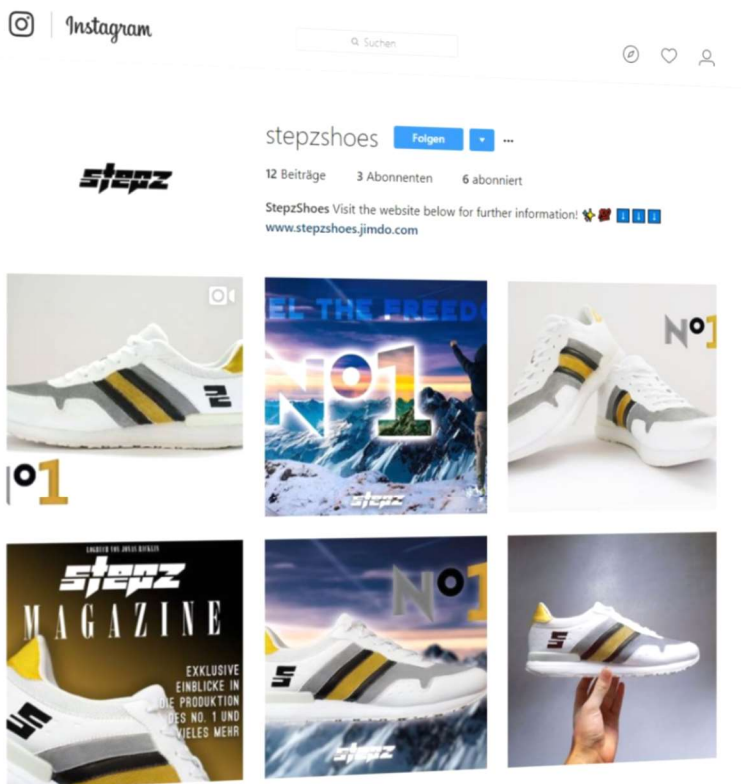


Für die Webseite habe ich auch einen QR-Code erstellt. Diesen kann man mit der Handykamera scannen und so gelangt man einfach und schnell auf die Webseite. Für Werbezwecke ist ein QR-Code also sehr vorteilhaft.

Um die Webseite zu besuchen scannt man einfach den Code links mit dem Handy ein oder tippt [www.stepzshoes.jimdo.com](http://www.stepzshoes.jimdo.com) in den Internetbrowser ein.

# SOCIAL MEDIA

Um meine Zielgruppe, Jugendliche von 15 – 25 Jahren, am besten zu erreichen habe ich ein Facebook und ein Instagram Profil eingerichtet. Mit Hilfe dieser Social-Media Konten konnte ich meine Werbung zielorientiert platzieren und so potenzielle Kunden anwerben.



Auf Instagram habe ich verschiedenste Beiträge mit bearbeiteten Bildern veröffentlicht. Um meine Zielgruppe vielfältig anzusprechen, habe ich viele Hashtags (Verlinkungen) eingefügt um möglichst viele potenzielle Kunden auf meinen Schuh aufmerksam zu machen.

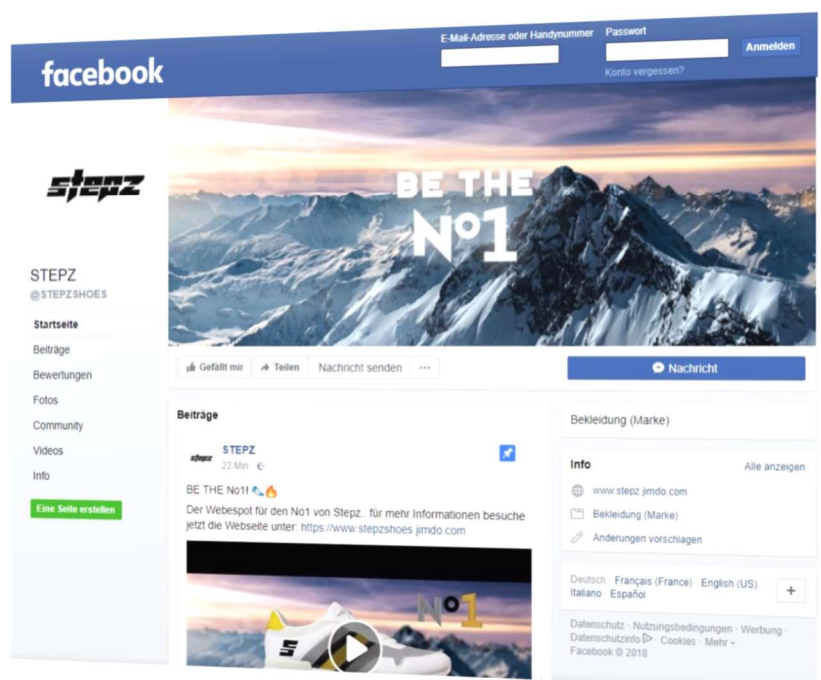
Die Instagram Profil ist unter folgendem Link zu finden:

<https://www.instagram.com/stepzshoes/>

Auf Facebook habe ich unter anderem auch meinen Werbespot für den Schuh gepostet. Ausserdem habe ich auf jedem Beitrag meine Webseite verlinkt, damit man so schnell wie möglich zu mehr Informationen kommen kann.

Das Facebook Profil ist unter folgendem Link zu finden:

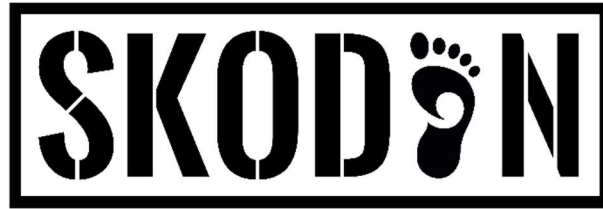
<https://www.facebook.com/STEPZSHOES/>





# GRAFIK

---



Das erste Logo, das ich gestaltet habe. Der Name „Skodon“ ist schwedisch und bedeutet Schuhwerk. Der Fussabdruck hätte später als Markenidentifikation dienen und auf dem Schuh aufgedruckt werden. Da dieser Schriftzug jedoch nicht gerade auf eine jugendliche Zielgruppe zugeschnitten ist, habe ich mich schlussendlich für STEPZ entschieden.



Das STEPZ-Logo soll vor allem meine Zielgruppe, Jugendliche von 15-25 Jahren, ansprechen. Aus diesem Grund sollte es möglichst modern und „cool“ aussehen. Dennoch wollte ich ein schlichtes Logo und einen Namen, den man sich leicht merken kann und jeder gut aussprechen kann. Mit dem Schnitt in der Mitte und dem leicht verschobenen oberen Teil soll Bewegung in das Logo gebracht werden, was dem Logo einen sportlichen Look verleiht.



Das Logo für den Schuh wollte ich möglichst einfach und klassisch halten. Zur Identifikation mit dem Schuh habe ich die drei Farben des Schuhs grau, schwarz und goldfarben verwendet.

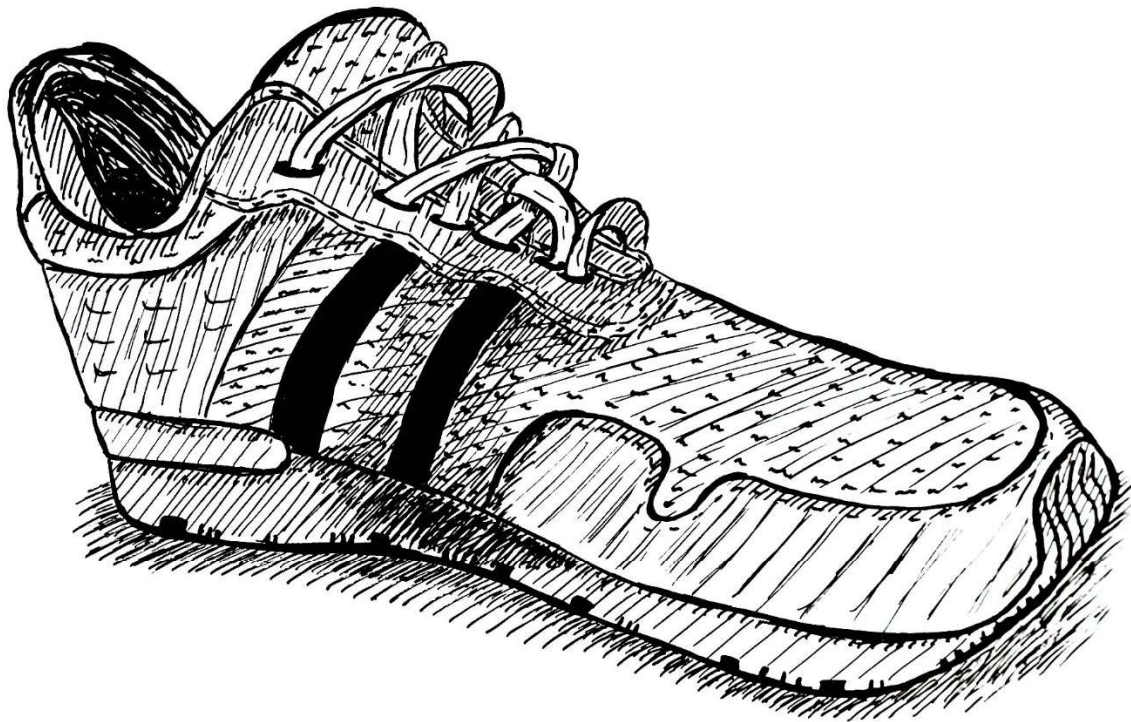
# BILDSPRACHE & ILLUSTRATION

Für Bildsprache & Illustration habe ich drei verschiedene Plakate gestaltet. Jedes dieser Plakate sollte den Betrachter in seinen Bann ziehen. Sei es mit seiner Einfachheit oder mit seiner Komplexität. Beim Plakat links unten habe ich einen QR-Code eingefügt. Wenn man diesen mit seiner Handykamera scannt, gelangt man direkt auf meine Webseite. Beim mittleren Plakat habe ich aus ganz vielen Fotos von Schuhen ein Mosaik erstellt und dieses dann in den Hintergrund des Plakates eingefügt. Der No1 ist vorne in der Mitte ganz gross, und soll somit veranschaulichen, dass es nur eine Nummer Eins gibt. Das Plakat mit dem Titel: «feel the freedom» soll dem Betrachter die Freiheit suggerieren, die man mit dem einzigartigen No1 von Stepz haben kann.

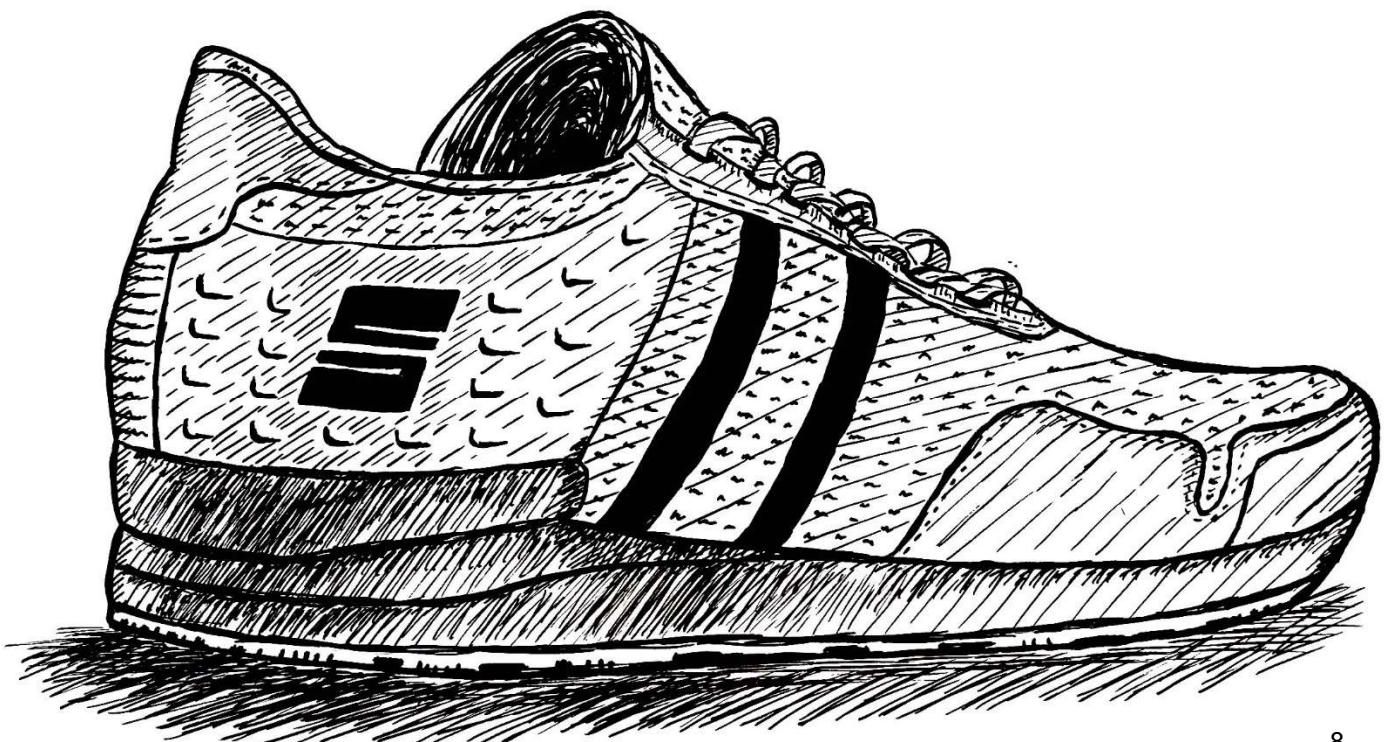


# NATURALISTISCHES ZEICHNEN

---



Bei meinen naturalistischen Zeichnungen habe ich mit einem Posca-Stift (Fineliner) und mit einem Bleistift gearbeitet. Dafür habe ich zuerst ein Rechteck vorgezeichnet, in welches ich dann den Schuh hineingezeichnet habe. Die Schattierungen habe ich zum Schluss noch eingefügt um der Zeichnung mehr Tiefe zu geben. Die Textur des Schuhs zu zeichnen, war besonders schwierig, da man sehr detailgenau arbeiten muss.



# FARBEN & FORMENLEHRE



Für die Thematik Farben und Formenlehre habe ich drei Bilder gemalt, dabei habe ich verschiedene Farbkontraste angewendet. Beim Bild oben links, habe ich den Komplementärkontrast der Farben Orange und Blau angewendet. Bei dem Bild unten links, habe ich einen Helldunkelkontrast zwischen Rot und Orange verwendet und bei dem Bild unten rechts einen Kontrast zwischen dem Weiss und dem Blau. Das Stepz-Logo habe ich jeweils mit einer Spray-Dose auf die Bilder gesprüht.



# KUNST & KULTURGESCHICHTE

## SNEAKER IM WANDEL DER ZEIT

**1830**

Die ersten Schuhe mit Gummi-Sole werden produziert die „Plimsolls“



**1920**



ADOLF (ADI) DASSLER, GRÜNDER VON ADIDAS, BEGINNT MIT DEM PRODUZIEREN VON HANDGEFERTIGTEN TRAININGSSCHUHEN



**1948**

GRÜNDUNG DER PUMA SCHUHFABRIK DURCH RUDOLF DASSLER (BRUDER VON ADOLF DASSLER) UND EINFÜHRUNG DES ERSTEN PUMA FUSSBALLSCHUHS „ATOM“



**2006**

NIKE VERÖFFENTLICHT IN ZUSAMMENARBEIT MIT APPLE DEN „NIKE+“ WELCHER MIT EINEM MIKROCHIP AUSGESTATTET IST UND LAUFDISTANZEN AUFGZEICHNEN KANN



**2018**

NIKE VERÖFFENTLICHT SEINEN ERSTEN SNEAKER, DEN NIKE+5, IM RAMMEN EINES SCHULPROJEKTES



EINE SCHUHFIRMA AUS DEN USA BEGINNT GUMMI- UND SEGELTUCHSCHUHE UNTER VERSCHIEDENEN NAMEN HERZUSTELLEN. SCHLIESSENLICH ENNENEN SIE SICH AUF DEN NAMEN KEBS



**1892**

**CONVERSE**  
MARQUIS M. CONVERSE GRÜNDET DIE CONVERSE SHOE COMPANY UND REVOLUTIONIERT DAMIT DAS SPIEL BASKETBALL



**1908**

CHUCK TAYLOR, EIN BERÜHMTER BASKETBALLSPIELER, WIRBT FÜR CONVERSE SCHUHE UND MACHT DIE MARKE WELTBERÜHMT. VON SEINEM NAMEN WURDE AUCH DER NAME FÜR DIE BASKETBALLSCHUHE „CHUCKS“ ABGELEITET, WELCHE SPÄTER AUCH GROSSEN ERFOLG IM STREETWEAR BEREICH HATTEN



**1923**

DER NIKE JORDAN KOMMT IN DIE REGALE. DA NUR WENIGE SNEAKER AUF DEN NBA SPIELPLÄTZERN ERLAUBT WAREN, MUSS MICHAEL JORDAN JEDES MAL EINE BUSSE BEZAHLEN, WENN ER DIESE SNEAKER TRÄGT, TUT ES ABER TROTZDEM UND MACHT SEINEN SCHUH DAMIT WELTBERÜHMT



**1985**

AM 14. FEBRUAR VERÖFFENTLICHT KANYE WEST IN ZUSAMMENARBEIT MIT ADIDAS DEN „YEZYY 750 BOOST“, WELCHER INNERHALB WENIGER WOCHEN AUSVERKAUFT WAR



**2016**

In Kunst und Kulturgeschichte habe ich einen Zeitstrahl erstellt der den Sneaker im Wandel der Zeit zeigt, das heisst von seiner Entstehung 1830 bis heute. Dabei bin ich auf die Gebrüder Dassler gestossen, welche zwei der heute erfolgreichsten Schuhmarken der Welt herausgebracht haben. Ausserdem habe ich einige interessante Fakten zu Nike zusammengefasst. Das Erstellen dieser kunstgeschichtlichen Arbeiten hat sehr viel Zeit in Anspruch genommen, da das recherchieren und zusammenfassen der Informationen ziemlich lange dauerte.

### DIE GEBRÜDER DASSLER

#### ADOLF DASSLER

Als Sohn eines deutschen Schuhmachers, lernte er das Werk schon früh kennen. Nach Abschluss der Schule mit einer Lehre als Bäcker wurde er von seinem Bruder Rudolf zum Tischlermeister ernannt. Nach seiner Rückkehr aus dem ersten Weltkrieg empfing er seine ersten Sportschuhe aus Leinwand, die er als Tischlermeister seines Bruders im 1920 übernahm. Er ist bekannt für die Entwicklung seiner Vater und begann mit der Produktion von Turnschuhen. Sein Vater hatte einen Reparaturdienst besessen, was jedoch mit dem Verlust von Sportschuhe zu produzieren einsetzten.



#### RUDOLF DASSLER

1921 hat auch Rudolf Dassler die US-Unternehmen aus und er und sein Bruder Adolf gründeten zusammen die Schuhfabrik „Götterde Dandere“, die sehr erfolgreich wurde. Anlässlich der ersten Mobilisierung im März 1942 wurde Rudolf Dassler nach Österreich verbannt. 1949 floh er von der Zone A nach Westdeutschland wegen Falschmeldung von den Georganen verurteilt. Als er im Juli 1948 freigesetzt wurde, kehrte er nach Deutschland zurück. Rudolf Dassler gründete die Firma Adidas mit seinem Bruder Adolf im Jahr 1948.



#### DER STREIT DER BRÜDER

Nach Rudolf Entlassung aus der Gefangenschaft hat er seinen Bruder ebenfalls bei der Gründung des Unternehmens. Die Brüder waren jedoch nicht nur von den beiden, sondern auch von den beiden, die die Konkurrenz bestreite, aber sie die Unternehmen sollten, was eigene Wege gehen. Der Streit der Götterde Dassler ging bis über den Tod der Markkennzeichen hinaus. Sie waren auch Rudolf und Adolf Schick verurteilt, die Anna Dassler, die Sohn von Rudolf, entgegen seiner Absichten, dem internationalen Fußballspieler Paul Rost einen Vertrag unter Adolf und Rudolf selbst überlassen. Im Jahr 1974, kein Wort mehr miteinander gesprochen haben, schied aus dem Geschäft Rudolf, verlegte der 7. Familie seinen Brüdern jeglichen Kontakt.

#### ZWEI PRÄGENDEN MARKEN

Neben dem Streit haben die beiden Brüder zwei Marken geschaffen, die aus den letzten Zeit nicht mehr wegzudenken sind. Adidas und Puma gehören zu den grossen Sportartikelmarken der Welt und werden jährlich Milliardenumsätze. Die beiden Marken haben trotz ihrer Schweregeheimnisse geschaffen, die die Menschen noch immer nicht begreifen und was Sport treiben können.

### INTERESSANTE FAKTEN ZU NIKE

Ein ehemaliger Sporttrainer der University of Oregon gründete 1964 gemeinsam mit Philip Knight das Unternehmen Ribbon Sports. Zunächst vertrieb die Firma Sportschuhe der Marke „Onitsuka Tiger“, welche heute unter dem Namen „Sas“ bekannt ist.

1971 änderten sie den Namen auf „Nike“, der Name der griechischen Göttin des Sieges und begannen selbst Schuhe herzustellen.

1978 begann Nike ihre Schuhe auch in Europa zu verkaufen und so wuchs die Firma immer mehr.

Der Erfolg veränderte Nike den Sports, welche ihre Schuhe bei grossen Sport-Events tragen und sie somit in der Welt bekannt machten.



Ab Nike 1984 Michael Jordan unter Vertrag nahm und sie gemeinsam neue Kollektionen entwarfen schoss Nike durch die Decke und generierte mit Hilfe des Basketballers 100 Millionen US-Dollar im ersten Jahr.

Für rund 305 Millionen US-Dollar übernahm Nike, im September 2003, die Marke „Converse“.

Seit 2012 ist Nike der Hauptsponsor der US-amerikanischen Profiligen im American Football (NFL).

Erstmals in der Firmengeschichte von Nike wurde 2015, mit dem Basketballer LeBron James, ein lebenslanges Werbevertrags geschlossen.

# Quellenverzeichnis

---

## **Körper 3D (Modell):**

<https://www.spreadshirt.ch/>

<https://zalando.ch/>

## **Information & Kommunikation:**

<https://www.youtube.com/watch?v=bvttDWdI00Q>

<https://de.jimdo.com/>

<https://www.instagram.com/>

<https://www.facebook.com/>

## **Kunst & Kulturgeschichte:**

<https://www.timetoast.com/timelines/history-of-sneakers--2>

[https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf\\_Dassler](https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf_Dassler)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Converse>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Keds\\_\(shoes\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Keds_(shoes))

[https://de.wikipedia.org/wiki/Puma\\_\(Sportartikelhersteller\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Puma_(Sportartikelhersteller))

[https://de.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Jordan](https://de.wikipedia.org/wiki/Michael_Jordan)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Nike%2B>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Adidas\\_Yeezy](https://en.wikipedia.org/wiki/Adidas_Yeezy)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Plimsoll\\_shoe](https://en.wikipedia.org/wiki/Plimsoll_shoe)

[https://de.wikipedia.org/wiki/Nike\\_\(Unternehmen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Nike_(Unternehmen))

[https://en.wikipedia.org/wiki/Rudolf\\_Dassler](https://en.wikipedia.org/wiki/Rudolf_Dassler)

[https://de.wikipedia.org/wiki/Duell\\_der\\_Br%C3%BCder\\_%E2%80%93\\_Die\\_Geschichte\\_von\\_Adidas\\_und\\_Puma](https://de.wikipedia.org/wiki/Duell_der_Br%C3%BCder_%E2%80%93_Die_Geschichte_von_Adidas_und_Puma)

<http://kenikin.com/nike-just-do-it-wallpaper-widescreen-bvk/>

# Schlusserklärung

---

«Ich habe die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet. Ich habe alle wortwörtlichen und sinngemässen Zitate mit Quellenangaben gekennzeichnet.

Ich bin einverstanden, dass meine IDPA zur Überprüfung der korrekten und vollständigen Angabe der Quellen mithilfe einer Software (Plagiaterkennungstool) geprüft wird. Zu meinem Schutz wird die Software auch dazu verwendet, später eingereichte Arbeiten mit meiner Arbeit elektronisch zu vergleichen und damit Abschriften und eine Verletzung meines Urheberrechts zu verhindern. Falls Verdacht besteht, dass mein Urheberrecht verletzt wurde, erkläre ich mich damit einverstanden, dass die Schulleitung meine Arbeit zu Prüfzwecken herausgibt.»

Vorname: Jonas

Name: Ricklin

Klasse: M2AK17-18a

Ort: Weinfelden

Datum: 10.03.2018

Unterschrift:



## Teil B: Formular „Vereinbarung“

Das Formular ist mit dem PC auszufüllen.

Die Vereinbarung ist per Mail einzureichen, die überarbeitete Version ist von beiden betreuenden Lehrpersonen zu unterschreiben und der Klassenlehrperson abzugeben.

Formular «Vereinbarung»

|   |   |  |
|---|---|--|
| Lernende/r: Name,<br>Vorname,<br>Mail-Adresse | Ricklin, Jonas<br>jonas.ricklin@hotmail.ch  | BM2  |
| Fächer  | GKK   | IK   |
| Lehrpersonen                                  | Werner A. Petraschke  | Fabian Hipp  |
| Einreichung des Themas                        | Kalenderwochen 43-44 Projektbroschüre, per Mail an die Fachlehrpersonen<br>(Abgabe Vereinbarung bis KW44 an die Klassenlehrperson)  |  |
| Thema   | Thema: Vermarktung eines Sneakers   |  |
|   | Fragestellung/These: Werbung ist essenziell für die erfolgreiche Vermarktung eines Produktes<br>Bezug zu den Fächern GKK & IK: Werbeslogan, Plakate, Produktdesign, Werbevideo etc. |  |
| Mögliche Quellen                              | Addidas, Nike, Reebok usw.  |  |
| Stellungnahme Lehrperson<br>1                 | Eingang am:   | Weiterleitung am:  |
|   | Einverstanden   | Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> |
|   | Kommentar   |  |
| Stellungnahme Lehrperson<br>2                 | Eingang am:   | Weiterleitung am:  |
|   | Einverstanden:  | Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> |
|   | Kommentar   |  |
| Rückmeldung an<br>Lernende/n                  | per Mail, Datum:<br>2.11.2017   |  |
|   | Per Mail verschickt durch:  |  |
|   | Bestätigung des Themas<br>(gegenseitige Unterschrift)   | Lehrpersonen   |
|   | 1.  |  |

|                             |                         |                   |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------|
| (gegenseitige Unterschrift) | 1. <i>W. Petraschke</i> | <i>J. Ricklin</i> |
|                             | 2. <i>Fabian Hipp</i>   |                   |



THERE IS  
ONLY ONE

ALLOT



STANZ  
STANZ



**IDPA 2017/2018**

**BZWW WEINFELDEN**

**Geschrieben von Jonas Ricklin**

**Klasse M2AK17-18a**