

creative brief

Ausgangslage

Es herrscht Krieg zwischen Russland und Ukraine. Viele Ukrainer flüchten das Land und kommen nach Deutschland, ein anderes Land mit fremder Kultur und Sprache. Viel Hilfsbedarf besteht; nicht nur Unterkunftssuche, sondern auch allgemeine Orientierungslosigkeit herrscht.

Aufgabe

Es soll eine App entwickelt werden, dazu ein Plakat im Format 70x100 cm mit ca. 3 Screens der Applikation und dem gestalterischen Umfeld. Das ganze soll in Form eines Creative Briefs dokumentiert sowie alles insgesamt als Beitragsseite bei Wordpress erstellt werden.

Ziel

Deutschland ist die zweite Heimat.



die Zielgruppe

als Persona



Vladislav ist 34 und männlich, wohnhaft in Dresden. Er ist verheiratet und hat 2 Kinder, zusammen mit seiner Familie lebt er in einer 3-Zimmer Wohnung in einem Plattenbau. Er ist kaufmännisch tätig für eine Firma, welche sich auf die Produktion von Autozubehör spezialisiert. In seiner Freizeit geht er gerne mit seinen Freunden trinken in einer kleinen russisch-sprachigen Bar, Auto fahren und sein Auto „pflegen“, Musik hören und gelegentlich auch selbst betrunken Gitarre spielen und dabei singen. Er beschäftigt sich seit Jahren außerdem mit Aktien. Einer seiner Hobbies ist in das Fitnessstudio zu gehen. Er fährt einen BMW E90 aus dem Jahr 2008 in der Farbe schwarz und liebt dieses als sei es das neuste auf dem Markt. Er hat ein iPhone X und hört gerne sovietische Musik, Lieder aus den 90er Jahren, aber auch russischen Rap. „Vlad“ geht vor allem bei Pull&Bear, Jack&Jones und Adidas Anziehsachen kaufen. Marken spielen für ihn keine große Rolle. Lebensmittel kauft er bei Aldi ein. Er hat vor nichts Angst, außer seiner Frau wenn er sie anlügt und diese es herausfindet. Gelogen hat er schon einige Male, um wegzukommen von Stress und um mit seinen Jungs rauszugehen. Sein Kontostand liegt bei 3.850 Euro und er versucht bei Ebay alte Kindersachen seiner Kinder zu verkaufen. Als Kind wollte er Polizist werden und spielte oft Szenarien, dass er Menschen in Not rettet. Er ist mit 27 Jahren aus einer Kleinstadt in der Nähe von Novosibirsk, Russland zusammen mit seiner Frau Svetlana und seinem Sohn Aleksander nach Deutschland gezogen. Hier haben sie ein zweites Kind geboren; Viktoria. Er erinnert sich, wie schwer die Zeiten waren, als sie neu in Deutschland waren und es an Orientierung und Sprachkenntnissen gemangelt hat.

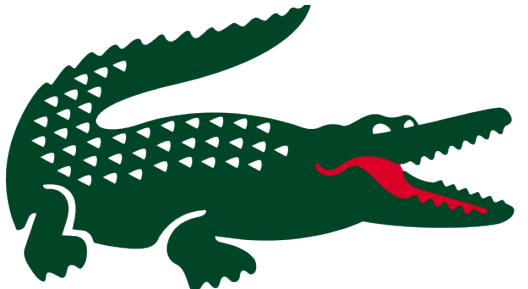
Marken im Umfeld der Persona

**JACK &
JONES**

PULL & BEAR


adidas




LACOSTE

PHILIPS

Gillette®

Wettbewerber

1. Social Media Plattformen wie beispielsweise Telegram (sehr große Gruppenchats mit vielen Teilnehmern und Informationen, interaktiv)
2. Offizielle Behörden (kümmern sich so weit es geht um die Geflüchteten)

Situationsmetapher

Du befindest dich mitten im Nirgendwo, du hast dich verlaufen in einem dir fremden Land. Deine Familie ist nicht mehr in Sicht, du befindest dich in einer Menschenmenge und es ist dunkel. Dein Handy hast du nicht dabei, du weißt nicht die Adresse deiner Unterkunft und auch nicht mehr wie das Hotel heißt. Orientierungslos suchst du und deine Panik und Verzweiflung steigt. Eigentlich warst du extremst fertig und wolltest einfach nur zurück in dein Hotel. Alle Menschen um dich herum laufen an dir vorbei und du hast auch keinen Mut jemanden anzusprechen. Was sollst du denn auch fragen? Zumal hier die wenigsten Englisch verstehen und du die Landessprache nicht sprichst. Eine Panik steigt in dir auf, je mehr du rumläufst. Wohin sollst du gehen? Wer kann dir helfen? Deine Augen fangen leicht an zu tränen, die Verzweiflung ist zu groß für dich, du bist auch so schon kaputt gewesen nach dieser langen Reise. Plötzlich hörst du wie jemand in deiner Sprache sprechend an dir vorbei läuft. Es ist eine ganze Familie. Sofort handelst du und gehst zu dieser, in der Hoffnung auf Hilfe bzw. mentale Stütze für den Moment. Du sprichst sie an in deiner Sprache und erklärst die Situation, sie zeigen sofortiges Mitgefühl und Verständnis und bieten an, mit ihnen zu gehen um deine Familie bzw. dein Hotel zu finden. Du fühlst dich so erleichtert, verstanden und sicher. Beruhigt läuft ihr gemeinsam und findet deine Familie und deine Unterkunft.

& Kernbotschaft

„erleichtert, verstanden und sicher“

die gewünschte Reaktion

(Die gewünschte Reaktion beschreibt, was die Nutzer einer Applikation anschließend unternehmen sollen. Diese Aktion muss am Anfang der Projektplanung definiert sein. Die geplanten Inhalte einer Webseite sollten auf ihre diesbezügliche Qualität überprüft werden. Unter Umständen definieren wir ein Projekt ganz neu, nachdem wir uns über die gewünschte Reaktion bewusst geworden sind.

Die AIDA-Formel

Ein etwas veraltetes Stufenmodell bei den BWLern ist die AIDA-Formel. Gemeint ist damit die Abfolge, in der ein Kunde Marketingbotschaften wahrnimmt: Attention, Interest, Desire, Action. Zuerst soll der potenzielle Käufer aufmerksam werden (Attention), dann informiert er sich (Interest) und will das Produkt haben (Desire). Bei »Action« wird es gekauft. Für die digitale Kommunikation beherrschen wir »Attention«, »Interest« und »Desire« meist ganz gut. Doch wir versagen dann oft bei »Action«.

Den Nutzer ans Ziel führen

Interaktive Kommunikation sollte mit der Möglichkeit einhergehen, aktiv zu werden. Werden hier Fehler gemacht, war die Mühe umsonst.

Beim Aufbau von Bildschirm-Layouts sollten wir deshalb immer darauf achten, die Nutzer nicht in Sackgassen zu führen. Konzeption und Gestaltung sollten so angelegt sein, dass die gesamte Maßnahme zu einem Ziel gelangt.)

Nutzer der App sind in Deutschland lebende russisch/ukrainisch-sprachige Menschen welche ukrainischen Flüchtlingen eine Unterkunft bzw. Hilfe anbieten. Auf dieser App steht Kommunikation dieser beiden Gruppen im Vordergrund. Die gewünschte Reaktion ist dementsprechend nicht nur Menschen bei sich aufzunehmen, sondern der regelmäßiger Kontaktaustausch untereinander, bzw. Bekanntschaftsknüpfungen vordergründig um Hilfestellung zu leisten.

der Reason Why

Als Ausländer in ein neues Land zu kommen ist schon anstrengend genug, aber als Kriegsgeflüchteter in ein fremdes Land zu kommen, in welchem man nichts und niemanden hat oder kennt ist eine andere Sache. Menschen mit so einem Hintergrund benötigen extra Hilfestellung und wer könnte das nicht am Besten, als Menschen, welche die gleiche Sprache sprechen und die gleiche bzw. ähnliche Kulturen stammen? Gemeinsam eine Unterkunft finden und gemeinsam Probleme bewältigen. Das Gefühl von Vertrautheit ist vor allem in so einer Lebenssituation unersetzbar. Kommunikation ist der Schlüssel.

die Anmutungskriterien

erleichtert:

Die App ist simpel aufgebaut, der Zugang ist erleichtert.

verstanden:

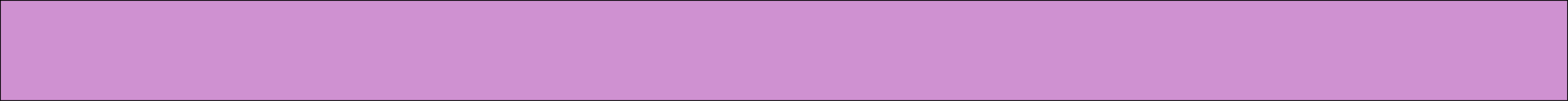
Alles ist möglichst verständlich und klar aufgebaut in russisch sowie deutsch.

vertraut:

Ein Gefühl von Vertrautheit soll bei der Benutzung der App vermittelt werden.

sicher:

Die App ist sicher sowie auch die Menschen mit denen man auf dieser kommuniziert.



Vorgaben

mehrsprachig:
russisch und deutsch

Medien

Social Media

(Instagram, Facebook, Vk)

Aushang

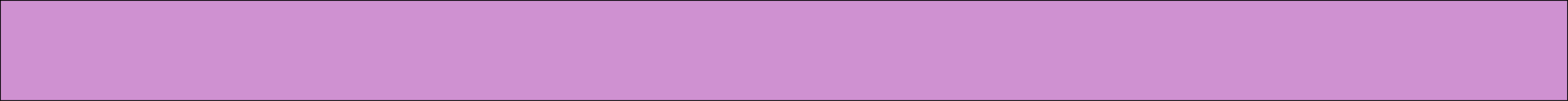
(Plakat)

Wordpress

(Beitragsseite)

Zeitplan

Ende des Semesters (07.2022)



Team

Karina Bohl

ka121boh@htwg-konstanz.de

