



CREATIVE BRIEF

Nomi Schaffrath

Liquid Layout – Prof. Jo Wickert // SS22 // BKD 3

App: Richy – Entdecke den Reichtum der Natur

1. Ausgangslage

Szenario:

Zwei Eltern aus Konstanz möchten an einem Sonntag einen Tagesausflug mit ihren beiden 7 und 12-jährigen Kindern machen. Da die Kinder vorrangig Spaß haben sollen aber auch etwas über die Natur und ihre Umwelt lernen sollen, spielen die Eltern mit dem Gedanken, eine Art Schnitzeljagd zu planen.

Schnell wird allerdings klar, dass sich diese ohne ausreichendes Studieren des Ortes im Vorhinein spontan schwer umsetzen lässt. Nun begeben sie sich online auf die Suche und werden schnell fündig.

2. Aufgabe

Aufgabe von Prof. Jo Wickert

Wählen Sie einen der vorgegebenen Orte rund um den Bodensee aus und gestalten Sie eine funktionsfähige App dazu, welche über ein Thema, das für den Ort steht herausstellt, begleitet und repräsentiert.

Die App soll als Prototyp funktionieren und das Design sollte responsive sein.

3. Ziel

Primär

Die App wird erfolgreich von allen Reichenau-Besuchern genutzt und auf weitere Orte ausgeweitet und angewandt.

Außerdem

Zusätzlich wird die Aktivität von Kindern in der freien Natur europaweit gefördert und sorgt für mehr Wertschätzung und Wahrnehmung der Umwelt und der natürlichen Lebensräume.

Langfristig

Es werden weltweit mehr Naturschutzgebiete angelegt und mehr Lebensräume für bedrohte Tier- und Pflanzenarten geschaffen.

Es bildet sich eine ganze Community an „Schatzsuchern“ und die Schnitzeljagd zur Erschließung von Geschichts- und Umweltwesen etabliert sich international als Unterrichtsfach an Schulen.

4.1 Persona

Name, Geschlecht, Alter

Sebastian, männlich, 40 Jahre

Wohnort, Wohnart, Familie, Job

Wohnt mit seiner Familie – Frau (35 Jahre), Sohn (12 Jahre), Tochter (7 Jahre) – in einem Reihenhaus in Konstanz, arbeitet als Autoverkäufer in einem großen Autohaus

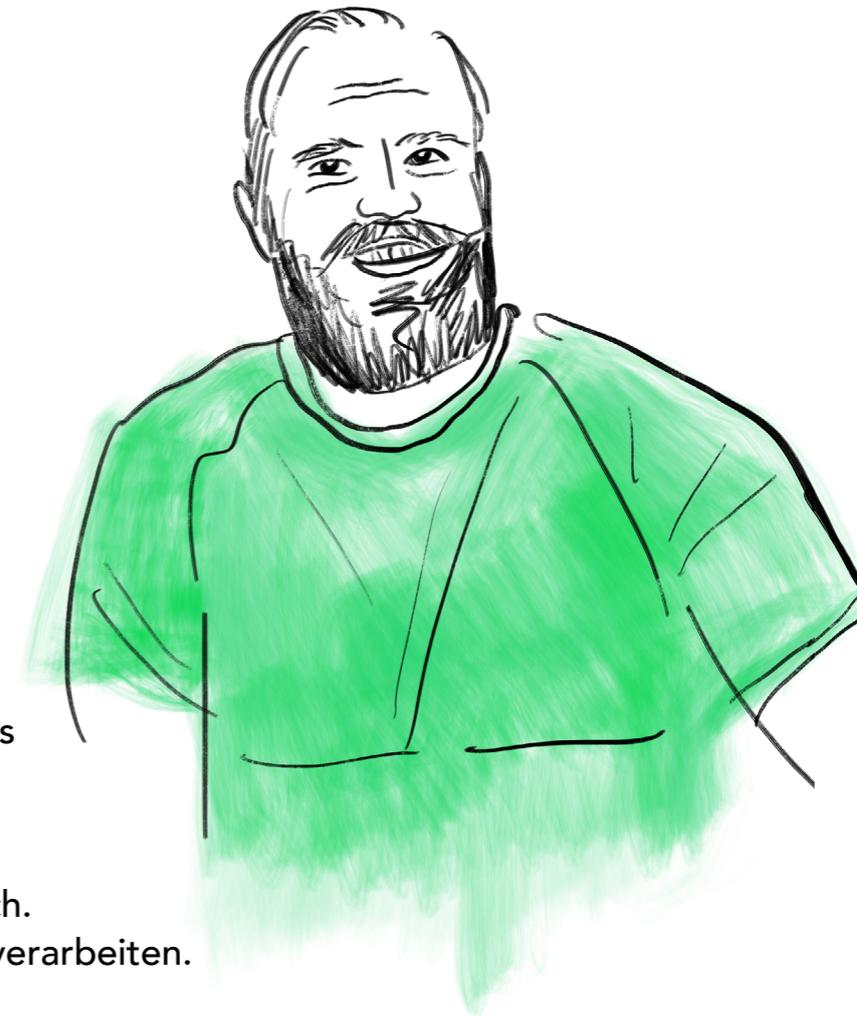
Freizeit, Hobby, KFZ, Handy, Musik

In seiner Freizeit fährt er gerne Go-Kart, macht lange Wandertouren und ist Hobbykoch. Wenn er kocht, versucht er immer, überwiegend regionale und saisonale Produkte zu verarbeiten.

Da er in einem Autohaus tätig ist, fährt er auch einen entsprechenden Kombi mit E-Antrieb ebendieser Marke. Wenn er in der Stadt unterwegs ist, steigt er gerne auf sein City-Bike um. Er nutzt ein Apple iPhone 11 Pro und hört gerne Rockmusik.

Einkaufen, Mittelkonsole

Sebastian und seine Frau kaufen meistens zwei mal die Woche größer für die Familie ein. Meistens nutzt er dazu das Kaufland in der Stadt, da es dort ein breites Angebot an Lebensmitteln gibt. Wenn er Zeit hat, geht er am Wochenende auf den Markt und kauft saisonale, frische und regionale Produkte ein. In seiner Mittelkonsole liegen immer Kaugummis und Halsbonbons bereit.



4.2 Persona

Kindheitsträume

Als Kind wollte Sebastian einmal Pilot werden, da er das Fliegen liebt und den Beruf immer aufregend fand. Auch eine große Reise nach Amerika wollte er immer unternehmen – dies hat aber bisher nicht geklappt.

Beziehungen

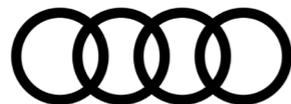
Sebastian hatte vor Esther zwei weitere längere Beziehungen in der Jugend und als junger Erwachsener. Esther hat er dann bereits mit 25 Jahren auf einer Geburtstagsparty kennengelernt. Seit dem sind sie nicht nur beste Freunde, sondern auch ein unschlagbares Team.

Emotionalität, Wesen

Unsere Persona hatte eine unbeschwerte Kindheit und genoss eine wilde Jugend. Er ist der rational denkende und handelnde Typ Mann, der allerdings durch seine patriarchale Prägung ab und zu zu Mansplaining neigt und sich schwer tut, seinen Emotionen freien Lauf zu lassen.

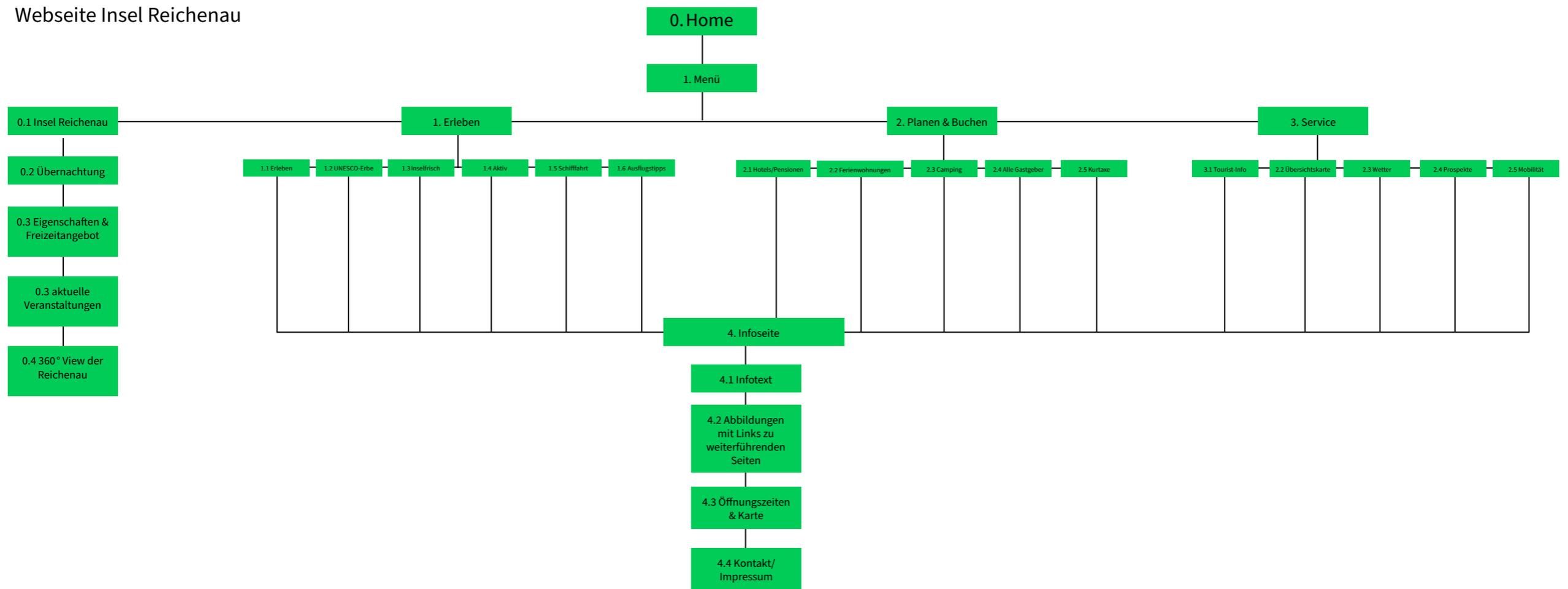
5. Markenumfeld

Mit folgenden Marken hat Sebastian täglich zutun:



6. Wettbewerber/ Was gibt es bereits?

Strukturbaum
Webseite Insel Reichenau



7. Situationsmetapher

Die reiche Au – eine wahre Schatzinsel

Die Insel Reichenau zählt seit dem Jahr 2000 nicht umsonst zum UNESCO-Welterbe. Neben einem Reichtum an Geschichte und Kultur bietet die größte Bodenseeinsel eine wunderschöne, naturbelassene Landschaft mit fruchtbarem Nährboden für allerlei Gemüse-, Obst- und Weinsorten. Zudem arbeiten die rund 3.300 Insulaner noch immer seit Generationen mit Fleiß als Gemüse- und Weinbauern, Fischer oder Künstler. Neben der echten Schatzkammer des Münsters gibt es auch das alte Kloster St. Maria u. Markus, zwei weitere alte Kirchen, sowie die Burgruine Schopfen zu entdecken.

Inselbesucher können die Insel auf einem 4,5 km langen Uferweg in idyllischster Natur- und Artenvielfalt bestaunen und entdecken – die Reichenau ist also ein idealer Ort für einen Tagesausflug mit der ganzen Familie.

Metapher

Die App „Richy – Schatzsuche Reichenau“ kann mit einem alten Inselbewohner verglichen werden, der alles über die Geschichte, die Kultur, die Naturvielfalt, sowie die verschiedenen Produkte der Insel weiß. Man trifft diesen alten, weisen Mann unverhofft am Wegesrand. Er hält schon eine alte Schriftrolle bereit und gibt Dir einen Wanderstock, sowie einen Sammelkorb, in den du alles hineinlegen darfst, was Du auf der Insel finden oder ernten kannst. Er ruft dir zu: „folge mir – ich zeige dir die schönsten Orte der Insel und erzähle dir von meinen Vorfahren!“. Aufgeregt folgst du seinen schweren Schritten durch das hohe Gras am See entlang und du weißt, dass nun ein kleines Abenteuer vor dir liegt...

8. Kernbotschaft

Die Natur in ihrer Vielfalt wieder schätzen und kennen lernen

In einer immer schneller und digitaler werdenden Welt vergessen wir bei ständiger Bildschirmstarrerei völlig, auch einmal mehr den Kopf zu heben und sich in der Welt umzusehen. Was passiert in unserem Umfeld und unserer Umgebung? In was für einer Um(welt) leben wir heute und wie können wir sie schützen?

Dies sind Fragen, die sich unsere Kinder viel zu selten stellen, da sie sich sehr selten in der freien Natur aufhalten und damit auch weniger mit der Natur und ihrer Vielfalt an Möglichkeiten auseinandersetzen. Mit dem interaktiven App-Game „Richy – Schatzsuche Reichenau“ schaffen wir eine Brücke zwischen der digitalen und der realen Welt, auf der Kinder aber auch Erwachsene und Personen höheren Alters den Ort, den sie besuchen für sich individuell entdecken und kennenlernen können. Zwischen Spiel, Schatzsuche und Rätseln, die gelöst werden müssen, werden die Teilnehmer beispielsweise in Pflanzen- und Kräuterkunde, Geschichte und auch Kulinarik gebildet und lernen regionale Produkte anders wertschätzen und kennen. Ziel ist es, digitale Anwendungen ergänzend zu nutzen und sich nicht von ihnen abhängig zu machen.

Slogan (der sich evtl. daraus ableiten lässt)

Richy – Entdecke den Reichtum der Natur
Werde zum/zur Schatzsucher*in auf der Reichenau
Richy – Abenteuer Reichenau

9. Gewünschte Reaktion

Der/die User*in erlebt ein unvergessliches Abenteuer und nimmt die Reichenau in all ihrem REICHtum wahr

Unsere o.g. Persona Sebastian und seine Familie planen ihren Sonntag auf der Insel Reichenau. Sebastian hat noch schnell die App aus dem App-Store geladen und eine passende Route für seine Familie ausgewählt.

Schnell ging es dann schon los auf den sog. Schatzkammer-Pfad entlang des Uferwegs, vorbei an den Rebhängen und einer tollen aussicht von der Hochwart aus auf den Bodensee. Am frühen Abend sind sie im legendären Kräutergarten des Klosters angekommen und schon bald auf der heißen Spur zur Schatzkammer, wo die Kinder mit einer handgeprägten Münze und einem illustrierten Geschichtsbuch der Reichenau belohnt werden und die Eltern einen Gutschein für ein Glas Wein ihrer Wahl in einem der Insel-Restaurants.

Glücklicherweise denkt der ausgewählte Pfad auch an die hungrigen Mägen der Abenteurer*innen, sodass die Route in einem kleinen traditionellen Fischrestaurant am Ufer der Ostseite endet, wo die Familie entspannt ein leckeres Fischgericht genießen kann und die Eltern gemeinsam mit ihren Kindern die Highlights der Spannenden Schatzsuche rekapitulieren können.

Sebastian und seine Frau sind mehr als begeistert vom Konzept der App und haben das Gefühl, dass ihre beiden Kinder die Umgebung und die Natur der Insel Reichenau viel intensiver und bewusster wahrgenommen haben, sodass sie in der Schule davon schwärmen. Auch ihren Freunden empfehlen sie diese App unverzüglich weiter. Ganze Schulklassen buchen nun die selben Routen für Wandertage. Der Trend weitet sich erst deutschlandweit, dann europaweit aus.

10. Reason Why

Warum wird diese App entwickelt?

Die App wird entwickelt, um Familien – vor allem Kindern – ihren Lebensraum, die Natur, von der sie umgeben sind, sowie kulturgeschichtliche Hintergründe verschiedener Orte, an denen sie sich aufhalten, effektiver und nachhaltiger näher zu bringen.

Anlass dieser App-Entwicklung ist die immer passiver werdende Wahrnehmung unseres Umfelds und die geringere Wertschätzung der Natur, Kultur und Ortsgeschichten. Dieser Entwicklung gilt es gezielt entgegenzuwirken.

Zudem sollen die Nutzer dieses Games anhand der interaktiven Guide-Funktion, sämtlichen Rätselaufgaben, sowie des informativen Inputs – beispielsweise zu Kräuter- und Pflanzenkunde – neu erlangtes Wissen effektiver nutzen und erinnern können. Durch das Erlebnis wird das Wissen im besten Fall gleich in der Praxis angewandt und ein Interesse für Neues geweckt.

11. Anmutungskriterien

Die Richy App ist...

freundlich

Das Interface, sowie die Farben der App sind freundlich und einladend gehalten. Der Look erinnert an Umgebungen und Farben, welche wir auch aus der Natur kennen aber ist an die digitale Welt angepasst.

abenteuerlustig

Die App verkörpert einen Freund, der mit dir ein Abenteuer erleben möchte. Dieser Freund geht herzlich auf dich zu und motiviert dich dazu, mit ihm/ihr auf Wanderschaft zu gehen.

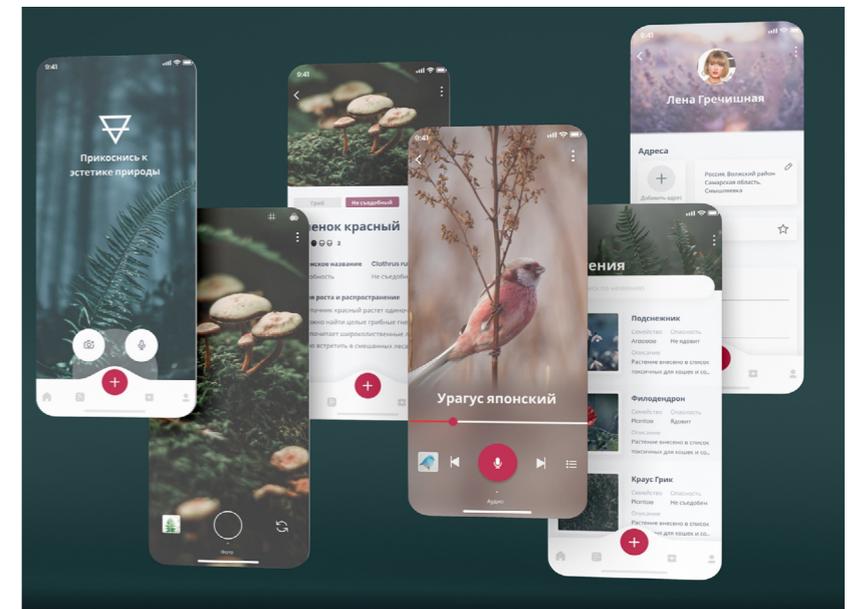
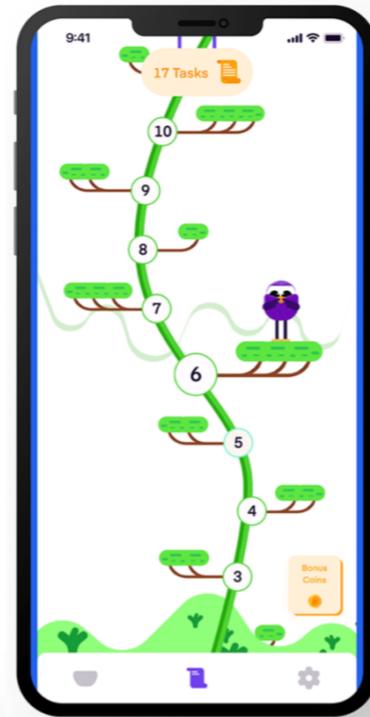
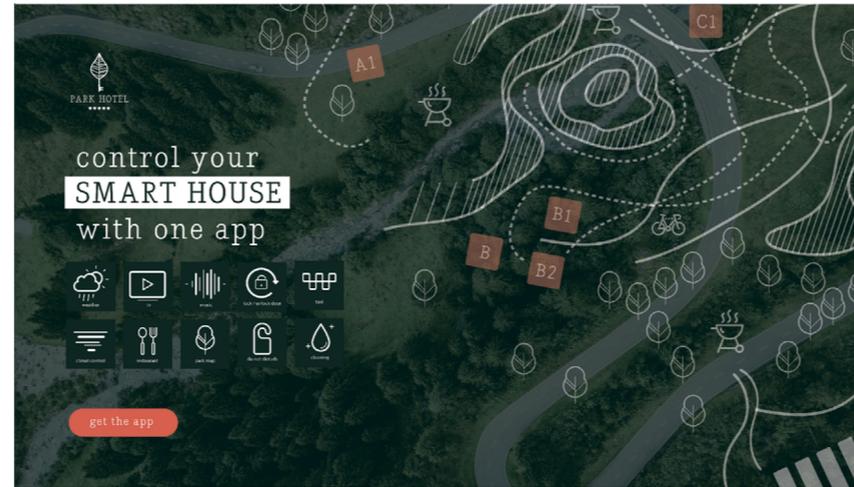
motivierend

Die App spricht dich an und kommuniziert dir, was für ein tolles Erlebnis auf dich wartet. Solltest du einen der Tasks nicht bewältigen können, gibt er dir weitere Tipps und Hinweise, sodass du nicht den Faden und somit die Lust am Rätseln nicht verlierst.

informativ

Richy vermittelt dir auf spielerische und interaktive Weise fundiertes Wissen über den Ort/die Umgebung, in der du dich aufhältst. Gelerntes kann auf dem Pfad direkt angewandt werden und bleibt somit nachhaltig im Gedächtnis.

12. Moodboard



13. Medien

Folgende Medien werden bespielt:

Mobile App/ Anwendung

Es handelt sich bei diesem Projekt hauptsächlich um eine App-Entwicklung, welche auf einem gestalteten UX/UI basiert. Sie soll auf allen gängigen Betriebssystemen reibungslos funktionieren.

Landing Page

Auf einer Landing-Page wird die App angeteasert und der potentielle Nutzer per Call-To-Action-Button dazu animiert, die App aus App Store oder Play Store zu laden.

Plakat

CityLight-Plakate, Plakate an Bushaltestellen sowie größere Plakate in Shopping Malls erregen Aufmerksamkeit und sprechen durch ihr freundlich gestaltetes Design an.

TV

Auch im Fernsehen wird die App per kurzem Werbeclip angeteasert und darauf aufmerksam gemacht.

Social Media

Last but not least, werden täglich sämtliche Social-Media-Kanäle mit jeweiligen Kampagnen bespielt. Vor allem Instagram, Twitter und Facebook.

14. Zeitplan

Phase 1

Look & Feels der App, warum diese App?, Was muss sie können?

Phase 2

Aufbau eines Creative Briefs, Entwicklung einer User Journey

Phase 3

Planung und Konstruktion der App, sowie Konzeption der Werbung und Kampagnen, Auspielung erster Werbe-Teaser auf verschiedenen Medien

Phase 4

Umsetzung der geplanten Werbung, Release der App und weiteren Medien, Beginn der Weiterentwicklung anhand von Erfahrungswerten

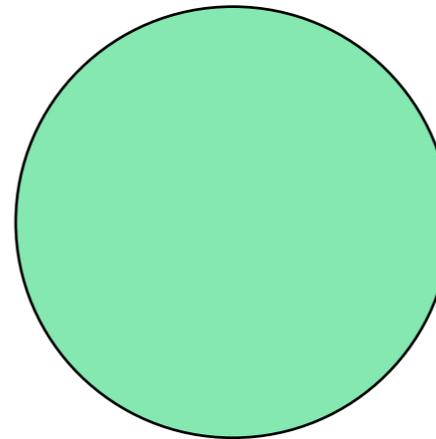
Phase 5

Ständige Auswertung von Nutzer-Feedbacks und Optimierung

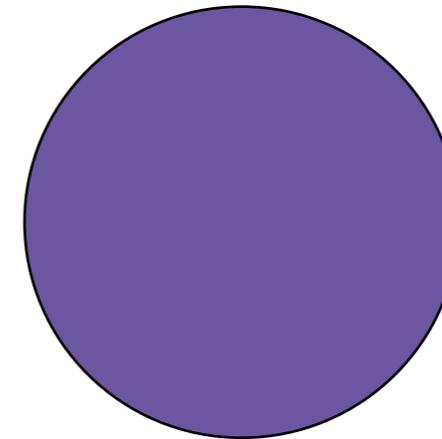


16. Farbpalette

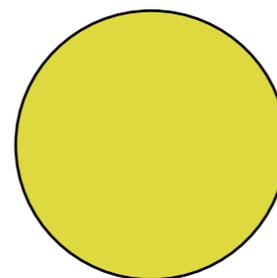
Farben, die auf natürlichen Materialien basieren sollen eine angenehme, sich an die Umwelt anpassende Atmosphäre schaffen – quasi fließend in die Natur übergehen.



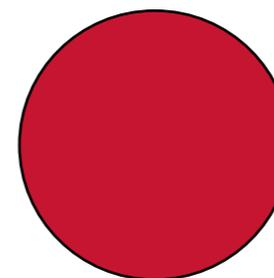
Frühlingsgrün
C=71 M=0 Y= 82 K= 0
R0 G204 B87
#00cc57



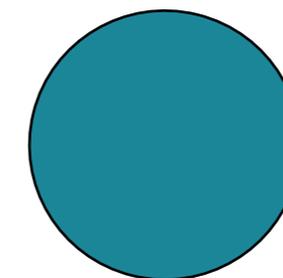
Lavendellila
C=69 M=71 Y= 0 K= 0
R120 G87 B191
#7857bf



Münzgelb
C=19 M=4 Y= 84 K=0
R222 G217 B62
#ded93e



Krabbenrot
C=15 M= 100 Y= 78 K=5
R198 G21 B49
#c61531



Bodenseeblau
C=80 M= 28 Y= 32 K=9
R28 G133 B153
#1c8699

15. Team

Nomi Schaffrath

Betreuung: Prof. Jo Wickert

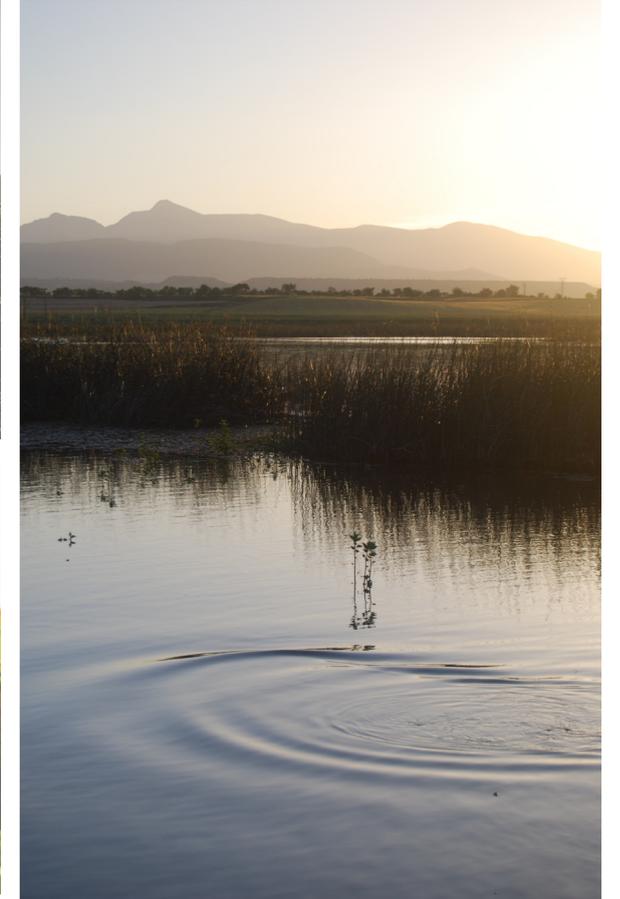
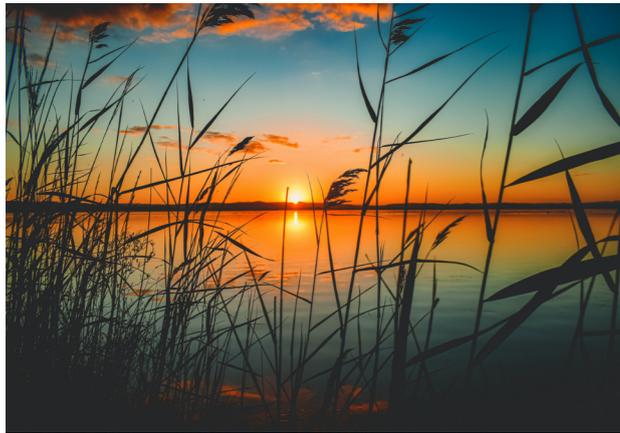
KOMMUNIKATIONSDESIGN- UND KONZEPTION

nomi.schaffrath@htwg-konstanz.de

0176 567 68 380



17. Bilderwelt



17. Namensfindung

Schatzinsel Reichenau
SchaRi/SchaRei
Schatzkammer
Schatzkiste/ Schatulle
Abenteuer Reichenau
Treasure Island
Treasure Hunter
Schatzjagd/ Schatzjäger
Schnitzeljäger
Schnitzeljagd
Exploria/Explorino
Exploratory
Explanture
Explora Natura
Wanderlust
Waderino
Inselpirat
Schatzpirat/ Schatzsucher
Entdeckerpirat
Naturpirat
Seepirat
Gemüsepirat
Pfadfinder/Pathfinder
Inselkompass
Discoverist
Finderino/Finderling
Finding Treasures
Schatzkind
Bucket full of gold/ Gold Bucket
Goldkind/ Goldjunge
Gold Fever

Münzjäger/ Coin Hunter
Local Hero
Lokalpirat
Buddler
Riddler
Geheimnisjäger
Richie/Richy
Krautpirat
Krautundrueben
Krauträuber
Krautfahnder