



Creative Brief

Ausgangslage

Tamagotchis wurden erstmals im Jahr 1997 weltbekannt. Im Jahr 2017 wurden die Spielzeuge zum 20-jährigen Jubiläum neu auferlegt, erzeugten aber keine große Öffentlichkeit außerhalb von Fachzeitschriften. Rund 7 Prozent der 6 bis 7-jährigen Kinder besitzen ein eigenes Smartphone- Bei den 8 bis 9-jährigen sind es 27 Prozent, bei den 10 bis 11-jährigen schon 54 Prozent (Quelle: Statista). Aber auch Kinder, die kein eigenes Smartphone besitzen, benutzen die digitalen Endgeräte von Verwandten. Heutzutage sind sowohl Spiele-Apps wie "Pou" oder "My Talking Tom - Meet your virtual pet", als auch AR-Apps wie Pokemon-Go bei der Mehrheit der Smartphone-Nutzer:innen bekannt und etabliert.



Aufgabe

Ein digitaler Tamagotchi soll erstellt werden. Dafür wird eine App konzipiert und gestaltet, die das typische Design der ersten Tamagotchis aufgreift und Wiedererkennungswert bietet. Das Konzept beinhaltet einen **Creative Brief**, **Strukturbaum**, einen **GUI (Styleguide)**, eine **User Journey Map** und ein **Look & Feel**. Die **UX/UI** soll gestaltet werden. Außerdem soll ein **Teaser-Video mit Walkthrough** produziert werden. Um die neuen Funktionen von heutigen Smartphones zu nutzen, soll eine **AR-Funktion** integriert sein.



Ziel



Die Tamagotchi-App wird ähnlich wie Pokemon-Go zu einem **weltweiten Hype**.

Nutzer:innen, die älter als 20 Jahre sind, werden das Haustier aus Nostalgiegründen pflegen. Kinder und Jugendliche freuen sich über den realistischen Ersatz eines Haustiers. Eltern freuen sich, dass Kinder einen Tamagotchi haben, weil es sie an ihre eigene Kindheit erinnert und die Kinder erste Verantwortung übernehmen.



User Persona

Sophie Krutzinow, weiblich, 23

Wohnart: WG in Westberlin mit überteuertem, etwas unordentlichen aber sonst schönem Zimmer

Familienstand: single, hat öfters lose Beziehungen

Beruf: studiert Psychologie, tätowiert als Nebenjob (Stick & Poke)

Freizeit: Geht gerne in Y2K Läden und Flohmärkten shoppen, geht jedes Wochenende feiern, spielt manchmal Videospiele (CounterStrike)

KFZ: Kein eigenes Auto, fährt gerne U-Bahn, manchmal auch auf ihrem Fahrrad

Handy: iPhone 13 Pro



Musik: Deutschrap (Berliner New Wave), softer Techno

Einkauf: Rewe und Asia-Markt für russische Süßigkeiten

Mittelkonsole Auto: Airwaves und ein kleiner Schlüsselanhänger aus Japan, Aloe Vera Getränk

Angst: Sie lässt das Studium schleifen und hat Angst, dass sie irgendwann abbrechen muss

Gelogen: Verschweigt gerne, dass sie in ihrer Jugend 6 Taylor Swift Plakate in ihrem Zimmer hängen hatte

Partei: Die Linke

Kontostand: 564€, kein Bargeld

Ebay: Nähmaschine, möchte mit Upcycling anfangen

Als Kind: Tierärztin

Screentime: ca 6h 24 min am Tag, davon 2h 47 min auf Tiktok

Fan von: Shirin David, Hello Kitty

Perfum: Prada Candy



Markenwelt

PRADA
Parfums

 **TikTok**



MOON BOOT[®]

Juicy Couture[®]



Hello Kitty

Sanrio
LICENSE
©1976, 2017 SANRIO CO., LTD.

PLAYBOY



Buldak
불닭볶음면
라볶음면

 essence



 **benetton**



DIE LINKE.

Situationsmetapher

Die Tamagotchi-App das erste Mal zu öffnen, ist wie sein lang verloren geglaubtes Haustier wieder zu finden. Nachdem Walter, der Familienhund, vor 15 Jahren weggelaufen ist, hat die ganze Nachbarschaft nach dem Hund gesucht. Und eines Tages kommst du nach Hause, und Walter läuft dir in die Arme, hechelt, schleckt sogar etwas dein Gesicht ab. Du fühlst dich überrascht und kannst dein Glück kaum glauben und erinnerst dich an alle Erlebnisse, die du als Kind mit Walter hattest. Jetzt könnt ihr wieder zusammen im Garten um die Wette rennen, du kannst ihm Tricks beibringen und fühlst dich wie das glücklichste Kind der Welt. 



Wettbewerber

direkte Wettbewerber: andere Apps, die AR und/oder kleine Tiere zum Aufpassen beinhalten: My Talking Tom, Pou, Pokemon Go

indirekte Wettbewerber: andere Spiele-Apps: HayDay, Clash of CLans
andere Konsolen wie Nintendo Switch

Zeitgeist: Viele Menschen haben bereits die Gefahr von einer hohen Bildschirmzeit entdeckt und versuchen, sie zu reduzieren. Als Erwachsene Menschen sind sie damit nicht gleich bereit, sich eine Spiele-App herunterzuladen.



Kernbotschaft

Das glücklichste Kind der Welt trifft seinen besten tierischen Freund wieder

Slogan



Willkommen zurück in deinem Tamagotchi-Abenteuer!



Anmutungskriterien

glitzernd - viele Produkte von vor 20 Jahren hatten eine bestimmte Textur (im Gegensatz zum heutigen Flat Design). Mit einzelnen Oberflächen soll diesem Gefühl nachempfunden werden

verspielt - Die Objekte und Tamagotchis sollen zum Spielen einladen und den Stress des Alltags vergessen lassen.

bunt - um nach Spaß und Kindheit auszusehen, ist das User Interface in mehreren Farbtönen gehalten. Dabei sollte es aber nicht überladen sein

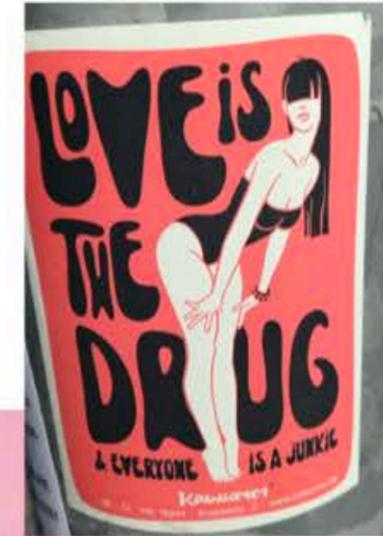
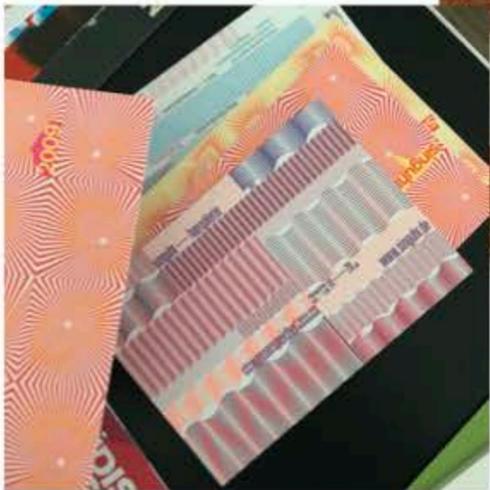
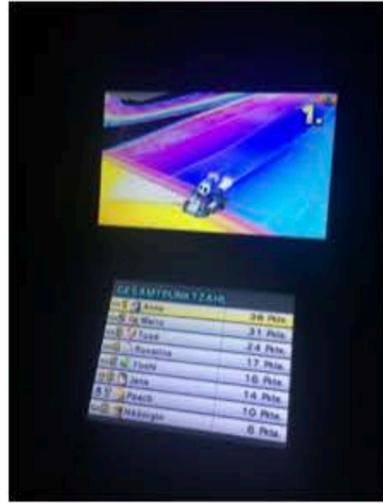
nostalgisch - der User soll an Produkte seiner Kindheit in den späten 90ern/ frühen 2000ern erinnert werden



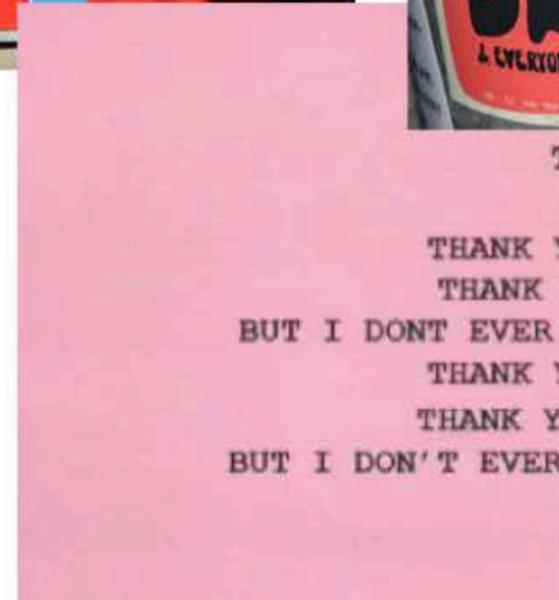
Farbe



Form



Textur



Typo



Call-To-Action

Eigenes Tier erstellen - durch eine hohe Individualität des Tamagotchis fühlt es sich wertvoll an. Es wirkt fast so, als hätte es einen eigenen Charakter

Namen geben - Eine Vermenschlichung führt zu einer höheren emotionalen Bindung an das Tier

Tutorial - Eine kurze Einführung am Anfang zeigt alle Funktionsweisen und lädt dazu ein, sie eigenständig auszuprobieren 

Coins (Belohnungen) - geben Anreiz für die zukünftige Pflege. Man spielt, um auf besondere Items und Klamotten zu sparen

Level-Ups - Mit höherem XP werden weitere Funktionen freigeschaltet, sodass ein Anreiz besteht, im Spiel weiter zu kommen.

(virtuelle) Freunde treffen - Anreiz zum Teilen der App



Reason Why

Viele User wünschen sich die alte Zeit zurück und haben das Bedürfnis, sich um ein kleines Tier zu kümmern. Wenn man auch die Tamagotchi-App hat, entsteht ein Gefühl von Zugehörigkeit und kann sich sowohl mit Fremden als auch mit Freunden über sein Tier austauschen und es sogar virtuell treffen.



Vorgaben

Die App sollte eine sinnvolle Verwendung von Augmented Reality besitzen.

Außerdem sollte sie auf die bereits dagewesenen Tamagotchis anspielen und auf das ehemalige Corporate Design aufbauen. Trotzdem ist das Design selbstverständlich modernisiert und als App angepasst.



Medien

Smartphone App-Store (Apple, Google Play)

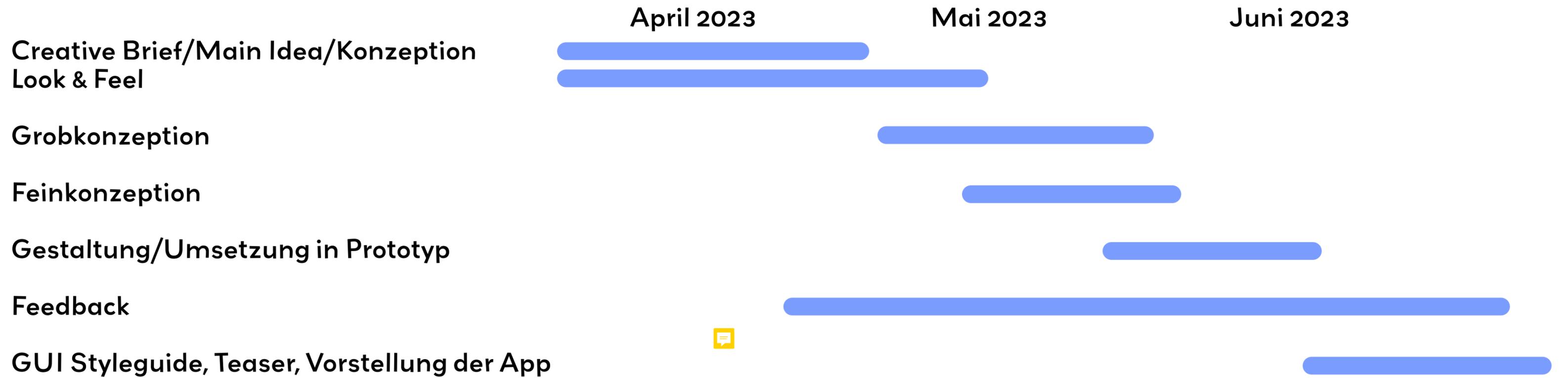
Hier kann die App runtergeladen werden

Smartphone-App für alle gängigen Smartphones

Social Media - hier wird die App geteilt und promoted. Die App beweist eigene Präsenz auf TikTok, Instagram und Twitter und weiteren aufsteigenden Plattformen. Auf Instagram gibt es einen Filter, der die App im Raum simuliert (AR).



Zeitplan



Team

Anna Grellert
BKD3
an591gre@htwg-konstanz.de

