

WISE 23/24

C R E

A T I

V E brief

REBECCA LAY

AUSGANGSLAGE

Lebensmittel sind von entscheidender Bedeutung für das Überleben und Wohlbefinden der Menschheit. Sie liefern nicht nur Energie und Nährstoffe, um unseren Körper gesund zu halten, sondern sind auch ein zentraler Bestandteil unserer Kultur und sozialen Bindungen. Und trotz dieser Wichtigkeit, werfen private Haushalte jährlich 6,5 Mio. Tonnen Lebensmittel weg. Das macht pro Verbraucher etwa 78 Kilogramm Lebensmittel im Jahr. Damit bilden die privaten Haushalte mit 59 Prozent die größte Sparte um die sich jedoch nur spärlich gekümmert wird. In einer Überfluggesellschaft ist die Verschwendung von Lebensmitteln ein wachsendes Problem, das Ressourcen verschwendet, die Umwelt belastet und Nahrungsmittelknappheit und die damit einhergehenden Hungersnöte in vielen Teilen der Welt verschärft.

AUFGABE

Um dem Thema der Lebensmittelverschwendung entgegen zu wirken, soll eine benutzerfreundliche und funktionale mobile App konzeptionell entwickelt werden, die Benutzern hilft, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und bewusster mit Nahrungsmitteln umzugehen.

Das fertige Konzept soll in Form von mindestens drei Screen-Abbildungen auf einem Plakat im Format 70x100cm, sowie mit einem Creative Brief abgegeben werden.

ZIEL

Das Ziel ist es, eine signifikante Reduzierung von Lebensmittelabfällen zu erreichen, indem Nutzer:innen ein effektives Werkzeug in Form einer App in die Hand gelegt wird und Ressourcen zur persönlichen Weiterbildung bereitstellt. Die App hilft dabei, das Bewusstsein für nachhaltige Ernährung zu steigern, Benutzer zu informieren, ihre Lebensmittel effizienter zu nutzen, und somit einen Beitrag zur Schonung von Ressourcen und zur Förderung umweltbewusster Lebensmittelgewohnheiten leisten. Zusätzlich sparen Nutzer:innen Zeit ein. Mit diesem Ziel entsteht so ein App Konzept.

Name, Vorname: Judith Brekker

Geschlecht: weiblich

Alter: 29

Familienstand: verheiratet

Wohnart: Mietwohnung

Wohnort: Freiburg, Vauban

Berufsfeld: Gymnasiale Lehrerin



PERSONA

A.MSN
30.10.2023

Judith ist eine sportliche junge Frau und spielt in ihrer Freizeit beim hießgen Verein Volleyball und fährt gerne Rennrad. Mittwoch abends besucht Judith den Chor der Stadtkapelle.

Da ihr Papa eine KfZ-Werkstatt besitzt, trauer Judith ab und an darum, das sie und ihr Mann Johannes kein Auto besitzen. Um ihr Kind Emma zur Kita zu bringen nutzen die beiden ihr Lastenfahrzeug. Braucht Judith trotzdem mal ein Auto, nutzt sie einen Car-sharing Service, wobei sie immer ein neues und dickes Auto aussucht, das sie dementsprechend auch sportlich fährt. Als Lehrerin ist es Judith wichtig ein gutes Vorbild zu sein und deshalb immer mal wieder ein schlechtes Gewissen. Deshalb hat Judith auch schon das ein oder andere mal gelogen. In ihrem Arbeitsalltag ist ihr zuverlässige Hardware sehr wichtig, weshalb sie sowohl ein MacBook, ein Ipad als auch ein iPhone besitzt. Und vielleicht auch ein bisschen, weil Judith sich selbst als frischen, kreativen Kopf auffasst.

Als Kind hat Judith immer Urlaub auf einem Bauernhof gemacht, deshalb wollte Judith als Kind Tierpflegerin werden. Judith hört gerne Songs aus den Charts und ab und an auch Jazz. Judith kocht gerne und ist dabei sehr experimentierfreudig. Allerdings findet sie meist nur am Wochenende Zeit dafür. Durch ihren stressigen Alltag, is es schon mal vorgekommen, das sie Lebensmittel wegschmeißen musste. Zusammen mit ihrem Mann Ludwig hat

Judith ein monatliches Einkommen von ca. 4.900 Euro. Wenn Judith einkaufen geht, dann achtet sie auf regionale, saisonale und Fair-Trade-Produkte. Deshalb kauft sie hauptsächlich bei Allnatura, dm, Edeka und Wochenmarkt in ihrem Stadtviertel ein. Wenn Judith nach neuen Kindermöbeln oder Kleidung und Büchern sucht, benutzt sie dafür häufig ebay oder Vinted. Für sich selbst, geht sie auch manchmal Secondhand shoppen. Judith unterstützt zusätzlich umweltfreundliche Initiativen und Produkte und hat Solarenergie auf dem Dach ihrer Wohnung. Judith interessiert sich für die Umwelt, da sie Angst um ihre Zukunft, aber vor allem um die Zukunft ihrer Kinder hat. Sie versucht wo immer sie kann, ihren Beitrag geben den Klimawandel und für eine bessere Welt zu leisten.





WETTBEWERBER

Direkte Wettbewerber für die entstehende App sind andere Applikationen, wie „To good to go“, „ResQ Club“ und „Etepetete“. Diese setzten sich zum Ziel, Menschen mit einem Bewusstesein für Lebensmittelverschwendung eine Plattform zu bieten, dies einfach und simpel tun zu können. Dabei ist das Argument des Preises ebenfalls ein Nutzungsargument. Lebensmittel sollen so länger genutzt werden und so bieten diese Apps dem Konsumenten so eine Möglichkeit Lebensmittel zu retten. Die meisten informieren jedoch nicht über die Haltbarkeit von Produkten, da diese Lebensmittel meist noch am selben Tag verwertet werden.

Indirekte Wettbewerber, gegen welche sich meine App durchsetzen muss sind Ignoranz, Services wie Hello Fresh, Zeitnot, Bequemlichkeit und eine geringe Aufmerksamkeit. Services wie „Hello Fresh“ liefern eine auf die Anzahl der Portionen abgestimmte Menge von frischen Lebensmitteln. Dabei zielen sie darauf ab, das nach dem Kochen keine Reste entstehen.

Aber auch die Haltung vieler Menschen, sowie Ignoranz, Zeitnot, Bequemlichkeit und eine geringe Aufmerksamkeit, kann als indirekter Wettbewerber gezählt werden. Eine solche Haltung, hält die Menschen davon ab, sich aktiv mit dem Thema zu befassen und das daraus entstehende Wissen im Alltag anzuwenden.

SITUATIONSMETAPHER

Die App zu benutzen ist so, als wäre man auf einem Schiff, das zusammen mit dir und seiner Crew sorgsam durch die Ozeane navigiert. Du hast vielleicht das Gefühl, das diese Reise anstrengend und fordernt werden könnte und bist dir unsicher, ob du überhaupt diese Reise antreten willst. Doch das Schiff und seine Crew sind deine Verbündeten auf deiner Reise. Durch die Unterstützung der Crew des Schiffes mit Wissen, Remindern und einem klaren Ziel, welcher Hafen angesteuert werden soll, kannst du dich einfach auf das Abenteuer einlassen. Während du mit dem Schiff Richtung Sonnenaufgang fährst, der laue Wind an deinem Gesicht vorbei weht, hinterlässt du eine positive Welle im großen Ozean der Lebensmittelversorgung und seiner Verschwendung. Während deiner Zeit auf dem Schiff, hast du dich so daran gewöhnt auf See zu sein, das du auch zu Hause im Hafen deine Tätigkeit auf dem Schiff weiterführst. Du freust dich über die neuen Erfahrungen und darüber, was du alles neues gelernt hast. Du bist glücklich, die Reise angetreten zu haben. Du hast vielleicht kein Gold gefunden, aber der Schatz der Erfahrung ist unschlagbar.

KERNBOTSCHAFT

Ein geschickter Kapitän auf unruhigem Gewässer, lenkt durch den Alltag der Nahrungsbeschaffung und vermeidet dabei effektiv Verschwendung und Nachhaltigkeit lenkt.

SLOGAN

Ideen für mögliche Slogans:

- „Beginne deine Reise“
- „Dein Lebensmittelkompass“
- „Move in the right direction“
- „Nachhaltig. Weiter“
- „Small step, big impact“
- „Go for it“
- „Treasure what you have“

„Go for it“

REAKTION

Die Nutzung soll die Nutzer:innen dazu motivieren, nachhaltige Entscheidungen zu treffen und durch vermehrtes Anwenden zu bewussten Konsumenten zu erziehen. Es soll eine langfristige Verhaltensänderung fördern und zu einer nachhaltigen Lebensmittelgewohnheit beitragen. Nutzer:innen sollen ihr Wissen erweitern und mit Vorurteilen aufräumen.

REASON WHY

Eine App gegen Lebensmittelverschwendung ist aus mehreren Gründen sinnvoll und wichtig: Der Großteil der Lebensmittelabfälle entsteht mit 59 Prozent (6,5 Mio. Tonnen) in privaten Haushalten. Jeder Verbraucher und jede Verbraucherin wirft demnach etwa 78 Kilogramm Lebensmittel im Jahr weg. Dadurch entsteht ein riesiger ökologischer Fußabdruck, den es zu reduzieren gilt. Durch das Wegschmeißen von Lebensmitteln werden nicht nur Nahrungsmittel verschwendet, sondern auf zweiter Ebene auch Ressourcen wie Wasser und Energie unnötig verbraucht. Zweitens fördert die App wirtschaftliche Effizienz, indem sie Verbrauchern und Unternehmen hilft, Lebensmittel effizienter zu nutzen, was zu Kosteneinsparungen führt und die Effizienz in der Nahrungsmittelversorgungskette verbessert. Drittens trägt sie zur sozialen Verantwortung bei, indem sie das Bewusstsein für globale Ernährungsprobleme und Ungleichheiten schärft und die Menschen dazu ermutigt, verantwortungsbewusste Entscheidungen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen zu treffen.

ANMUTUNGSKRITERIEN

klar deutlich
 effizient
strukturiert kreativ einlandend
 individuell
 persönlich einfach sozial
modern simpel freundlich
nutzerfreundlich
 motivierend alltäglich
 ehrlich intuitiv nachhaltig
offen zeitsparend menschlich

1. Intuitiv:

Die App sollte benutzerfreundlich und leicht verständlich sein, um eine einfache Navigation zu ermöglichen und eine effiziente Nutzung zu ermöglichen.

2. Anpassungsfähig:

Die Möglichkeit, persönliche Präferenzen und Gewohnheiten zu berücksichtigen, macht die App flexibel und anpassungsfähig.

3. Motivierend:

Durch Fortschrittsverfolgung motiviert die App Benutzer:innen, nachhaltige Entscheidungen zu treffen und das über eine lange Zeitspanne.

4. Nachhaltig:

Die App sollte langfristige Verhaltensänderungen fördern und zu einer nachhaltigen Lebensmittelgewohnheit beitragen.

VORGABEN

1. Nutzerfreundlich :

Die App sollte benutzerfreundlich und einfach sein. Funktionen wie Buttons, Links und andere klickbare Elemente sind unmissverständlich als solche zu erkennen.

1. Barrierefreiheit:

Sowohl Kontrast als auch Schriftgröße sollen einen möglichst hohen Grad an Barrierefreiheit ermöglichen.

1. Weißraum:

Gut genutzter und gewollt platzierter Weißraum, soll Übersichtlichkeit in das Design bringen. Zudem schafft er ein Umfeld, indem das Farbkonzept als auch Bilder wirken können.

1. Konsistenz:

Sowohl typografisch als auch farblich, soll die App durchgehend „aus einem Guss“ sein.

MEDIEN

Eine Liste der Medien, auf denen später das Projekt visuell funktionieren muss, könnte so aussehen:

- Die App wird auf allen gängigen Betriebssystemen wie IOS, Android, Windows Phone oder BlackBerry OS laufen, sowie auf Tablet-PCs und dem iPad.
- Zudem sollte die App auf unterschiedlichen Hardware Varianten laufen. Dabei liegt der Fokus auf dem Smartphone, dem Tablet und dem Computer

ZEITPLAN

05.10.23 Projektstart

Start Recherche & Creative Brief

12.10.23 Ziel & Persona

Formulierung des Ziels, sowie die Ausarbeitung der Persona und Marken im Umfeld

19.10.23 Wettbewerber

Recherche & Auflistung aller Wettbewerber

26.10.23 Situationsmetapher

02.12.23 Kernbotschaft & Slogan

09.12.23 Reaktion, Reason Why & Anmutungskriterien

16.12.23 Creative Brief

Creative Brief muss mit allen Inhalten fertiggestellt sein.

15.01.23 Abschlussbesprechung

Finale Besprechung des Projekts.

22.01.24 Präsentation

Präsentation für den Grundstudiumstag muss fertig gestellt sein.

31.01.24 Präsentation üben

Sowohl das Präsentieren als auch die Inhalte werden geübt.

06.02.24 Projektende

Präsentationsplakat, Screens und Creative Brief wurden erarbeitet

DAS TEAM



Rebecca Lay

HTWG E-Mail:

Rebecca.Lay@htwg-konstanz.de

Private Mail:

lay.rebecca@gmail.com

Anhang: Moodboard



Anhang: Farbwelt & Farbpalette



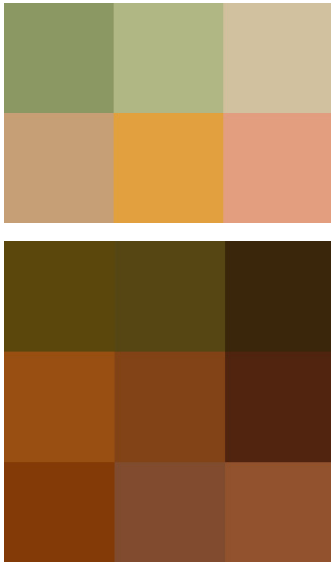
Brauntöne



Grün & Gelbtöne



Helligkeitsstufen



Anhang: Farbwelt & Farbpalette

COLOR

100%	75%	50%	25%	Sättigung				
				Teal #008280				
				Maigrün #c1d184				
				Kürbis #d98c3c				
				Himmelblau #dbf0f1				

TYPOGRAFIE

Headline 1

25pt - black

Headline 2

24pt - black



Schriftfarbe - braun #473c33

BUTTONS & FORMULARE

	Default		Default	Default	Auswahlbox
	Hover		Hover	<input type="text" value="Lorem"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
	Disabled		Disabled	<input type="text" value="Input text"/>	
				<input type="text" value="Input text"/>	

Anhang: Farbwelt & Farbpalette

COLOR

100%	75%	50%	25%	Sättigung	
				Maigrün #abc270	
				Sonnenblume #fec868	
				Lachs #fda769	
				Braun #473c33	

TYPOGRAFIE

Headline 1

25pt - black

Headline 2

24pt - black



Schriftfarbe - braun #473c33

BUTTONS & FORMULARE

	Default		Default	Default	Auswahlbox
	Hover		Hover	<input type="text" value="Lorem"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
	Disabled		Disabled	<input type="text" value="Input text"/>	
				<input style="border: 2px solid #f08080;" type="text" value="Input text"/>	









