

creative brief

vitra design museum – „Auf ins Museum“

ausgangslage

In einem modernen Museum darf kein Avatar fehlen.
Auch das Vitra Design Museum ist zeitgenössisch und möchte
jetzt einen Avatar, welcher die Besucher des Museums begleitet

aufgabe

Einen Prototypen für eine innovative Museums- App, die Besucher durch Ausstellungen führt.
Zudem wird ein Avatar, welcher die BesucherInnen virtuell durch die Ausstellung führt, gestaltet.
Dadurch wird eine interaktive Museumserfahrung geschaffen.
Zusätzlich wird ein physisches und digitales Exponat, welches BUNT ist und LÄRMT, erstellt.

ziel

Den Besuchern des Museums eine individuelle und spannende Erfahrung bieten, und gleichzeitig durch die Ausstellung führen.

Es wird eine einfach zu bedienende App geben und dazu ein passendes Exponat.

persona

Markus, 34 Jahre alt, lebt mit seiner Freundin in einer Eigentumswohnung in Düsseldorf. Als Freelance Creative Director und Visual Designer arbeitet er meist remote. Seine Freizeit verbringt er mit Analogfotografie, Vinylsammlung und gelegentlichen Café-Besuchen. Obwohl ihn Bikepacking reizt, fehlt ihm oft die Motivation, es konsequent durchzuziehen. Mobil ist er mit einem Brompton-Faltrad unterwegs und hat entweder das neuste iPhone oder ein altes, fast sterbendes iPhone 7.

Musikalisch mag Markus Indie-Rock und Klassiker wie David Bowie, hat aber auch Interesse an der neuen deutschen Rap-Welle, was er vor Freunden ungern zugibt. Einkäufe erledigt er in Secondhand-Läden, auf Designmärkten und bei nachhaltigen Marken wie Freitag. In seinem Rucksack finden sich Noise-Cancelling-Kopfhörer, Notizbücher und sein MacBook.

Markus hat Angst vor Kreativ-Blockaden und davor, den Anschluss an die Jugend zu verlieren. Er hält sich gern auf dem neuesten Stand, auch wenn er dabei gelegentlich vorgibt, Interesse an Projekten zu haben, die ihn wenig reizen. Politisch ist er linksliberal, schwankt zwischen Grünen und SPD. Sein Einkommen liegt zwischen 3.000 und 10.000 Euro monatlich. Auf eBay sucht er nach seltenen Vinylplatten, Vintage-Fotoausrüstung und Möbeln. Als Kind wollte er Musiker oder Graffiti-Künstler werden.



marken im umfeld

SONOS



URBAN OUTFITTERS



MUJI
無印良品



wettbewerber

1. Bauhaus Archiv/ Museum für Gestaltung
2. Museum of Modern Art (MoMA) - Abteilung für Architektur und Design
3. Design Museum (London)

bauhaus-archiv
museum für gestaltung

MoMA

the
DESIGN
MUSEUM

situationsmetapher

Stell dir vor, du betrittst ein kunstvolles Gebäude und entdeckst einen charmanten Begleiter, der wie ein alter Freund wirkt. Sein Outfit kombiniert klassische Eleganz mit modernen Akzenten, und ein Notizbuch flüstert von großen Designern. Er schaut dich an, als hätte er das Gebäude selbst erlebt, jede Epoche und Vision. Geduldig wartet er, bis du Fragen stellst, und teilt dann mit Begeisterung präzise Geschichten. Es fühlt sich an, als führe er dich auf einen Spaziergang durch eine lebendige Vergangenheit, die dir neue Perspektiven eröffnet. Am Ende bleibt das Gefühl, einen weisen Geschichtenerzähler getroffen zu haben, der das Unsichtbare sichtbar macht.

kernbotschaft

Der Avatar in der App wird zu deinem persönlichen Guide, der den Museumsbesuch interaktiv und spannend gestaltet, indem er verborgene Geschichten erzählt und dir neue Perspektiven auf Design eröffnet.

„geschichten, die entdecken wollen.“

gewünschte reaktion

„Nach der Nutzung des Avatars und der App fühlt sich der Nutzer inspiriert und fasziniert, als hätte er eine ganz neue Perspektive auf das Design und die Geschichten hinter den Ausstellungsstücken erhalten. Die Interaktivität weckt Neugier und lädt dazu ein, tiefer in die Materie einzutauchen, dabei bleibt der Besuch spannend und individuell. Der Nutzer fühlt sich von den versteckten Erzählungen und der persönlichen Führung durch den Avatar begleitet und entdeckt Verbindungen, die er zuvor übersehen hätte – ein Erlebnis, das den Museumsbesuch weit über das bloße Anschauen hinausführt.“

reason why

Die App und der Avatar bieten eine maßgeschneiderte, interaktive Erfahrung, die den Museumsbesuch nicht nur informativ, sondern auch emotional bereichert. Durch personalisierte, tiefgehende Einblicke und die Möglichkeit, verborgene Geschichten zu entdecken, wird das Design für den Besucher lebendig. So wird der Aufenthalt im Museum zu einer Entdeckungsreise, die über das reine Schauen hinausgeht und das Interesse für die Details weckt, die sonst vielleicht unbemerkt geblieben wären.

anmutungskriterien

1. Inspirierend und Neugier weckend
Der Avatar soll den Besucher dazu anregen, Fragen zu stellen und neugierig die Ausstellung zu erkunden.
2. Vertraut und zugänglich
Ein Begleiter, der empathisch und intuitiv wirkt, um eine persönliche Verbindung aufzubauen.
3. Subtil interaktiv
Ein diskretes Interface, das den Nutzer führt, ohne ihn abzulenken oder zu überfordern.
4. Emotional ansprechend
Erzählt Geschichten, die das Design menschlich und greifbar machen und so eine tiefere Verbindung schaffen.