

Creative Brief

App Design

Jakob Gutmann BKD2



Ausgangslage

Graffiti und Street-Art erfreuen sich weltweit wachsender Beliebtheit. Besonders in der Sprüher-Community gibt es jedoch oft Herausforderungen, legale und bekannte "Hall of Fames" zu finden – Orte, an denen Künstler ihre Werke legal präsentieren können.

Bisher sind solche Informationen oft fragmentiert, unübersichtlich oder schwer zugänglich, was die Planung und Vernetzung erschwert. Zudem fehlt es an einer zentralen Plattform, die nicht nur Standorte von Hall of Fames auf einer interaktiven Karte bereitstellt, sondern auch zusätzliche Funktionen wie einen Onlineshop bietet. Gerade für Neueinsteiger, wäre eine solche Plattform ein entscheidender Mehrwert.



Aufgabe

Es soll der Creative Brief zu der Zielgruppe der zu gestaltenden App ausgearbeitet werden, der uns die Gestaltung der App etwas erleichtern soll und durch den wir besser verstehen lernen, wie die Zielgruppe funktioniert und was die Bedürfnisse dieser sind.

Des Weiteren sollen drei Screens dieser App gestaltet werden und auf einem 70 x 100 cm Plakat gezeigt werden. Auf diesem sollen ca. drei Screens des gestalteten App Designs zu sehen sein und diese zeigen wie die App funktionieren soll.



Ziel

Durch die App soll Sprüherinnen und Sprüher die Möglichkeit gegeben werden, einfacher und schneller an legale Spray Areas zu gelangen um ihre Leidenschaft ausüben zu können.

Ihr kreativer Output soll dadurch gesteigert werden und durch die Möglichkeit mit der Künstlichen Intelligenz zu arbeiten soll ein optimales Lern Ergebnis geschaffen werden, was den Umgang mit Farben und Formen angeht. Außerdem soll durch die App der Kontakt mit anderen Künstlern geschaffen werden, weil durch diese mehr kreative Menschen / Sprüher und Sprüherinnen an die legalen Flächen gehen und sich so schneller vernetzen können.



Persona / Moé

Moe ist ein 21-jähriger Student aus Stuttgart, der aktuell in einem Studentenwohnheim auf dem Dorf lebt. Seine große Leidenschaft gilt der Kunst, insbesondere Street Art, sowie der Street Fashion. In seiner Freizeit ist er oft auf dem Skateboard unterwegs oder trifft sich samstagsabends mit seinen Sprüher freunden, um kreativ zu werden und gemeinsam zu malen.

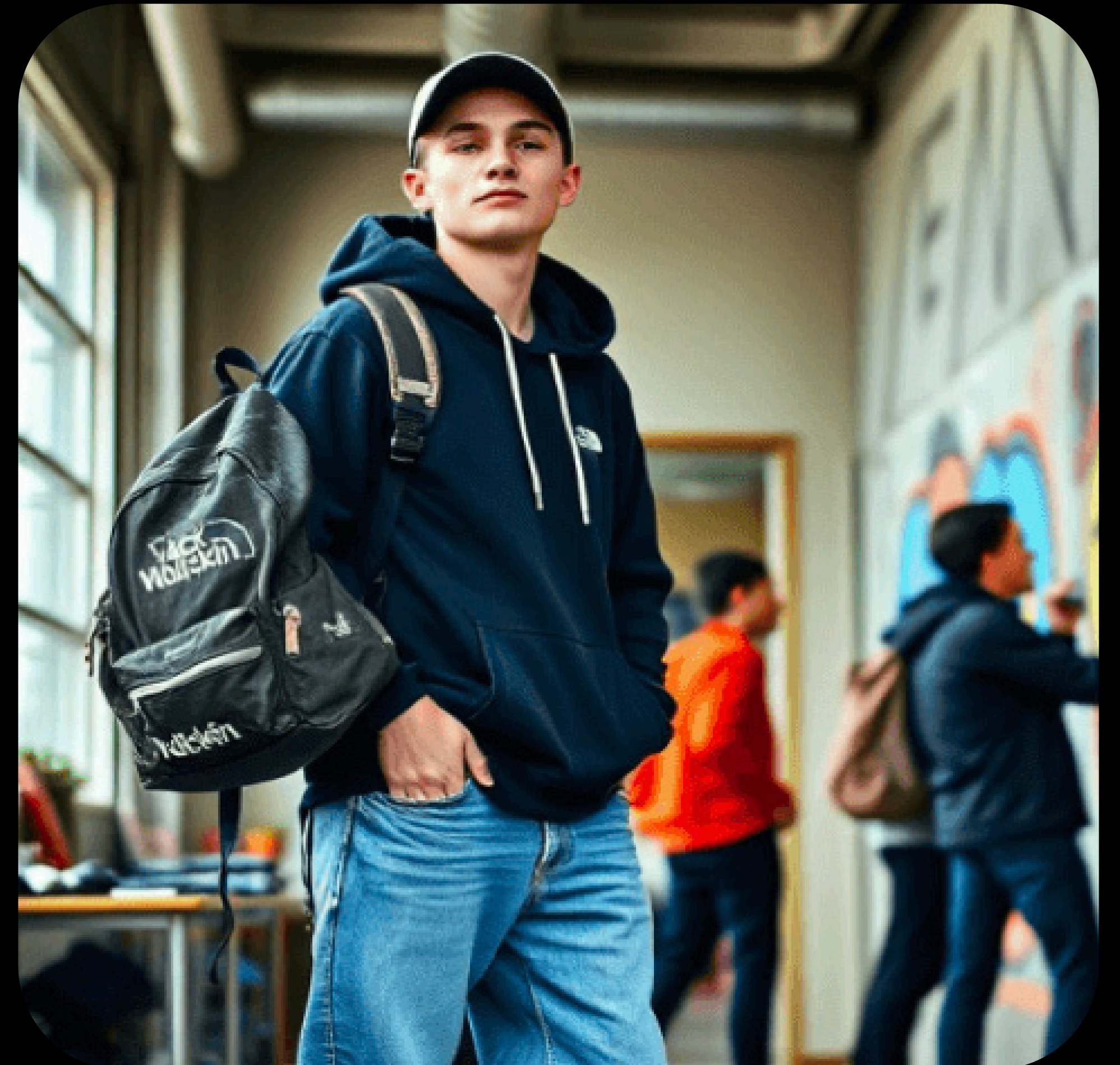
Sein Lebensstil spiegelt sich auch in seiner Wohnung wieder: Der urbane, industrielle Stil mit robusten und minimalistischen Möbeln passt perfekt zu ihm. Moe ist omnivor, genießt also eine vielfältige Ernährung, und kleidet sich vorwiegend in Baggy Jeans, Hoodies, Caps und Sneakers – ein Look, der seine Affinität zur Street Fashion unterstreicht.



Persona / Moé

Für Outdoor-Aktivitäten greift er hingegen zu funktionaler Kleidung von Marken wie Jack Wolfskin, The North Face oder Arc'teryx. Trotz seines aktiven Lebensstils hat Moe bisher noch keinen Führerschein. Dafür nutzt er sein iPhone nicht nur für Kommunikation, sondern auch für Unterhaltung, indem er auf Streaming-Diensten Serien wie Family Guy, Prison Break, The Walking Dead oder Breaking Bad verfolgt.

Moe ist in einer festen Beziehung mit seiner Freundin und lebt das Leben eines kreativen, modernen Studenten, der Kunst und urbanen Lifestyle miteinander verbindet.



Marken im Umfeld

G-SHOCK

 **Columbia**



Jack Wolfskin 



CASIO




adidas

ARC'TERYX

asics



Reebok




PEGADOR



SUBWAY

Mitbewerber

Die Wettbewerber der NFNP App kommen aus drei unterschiedlichen Bereichen.

1. Hersteller von Sprühdosen

Street-Art- und Graffiti Apps, bspw. Street Art Cities, Street-Art Map etc.

Navigations- und Mapping-Apps

Kreativ- und Designplattformen
Onlineshops für Künstlerbedarf

Community-Plattformen für Street-Art
und urbane Kultur



Mitbewerber

2. Gameing

Graffiti wird in den meisten Fällen im freien praktiziert was das Gaming verhindert, da es in fast allen Fällen immer vor dem Fernseher oder dem PC gemacht wird. Somit stellt sich das Gaming als ein Indirekter Mitbewerber der App heraus.

3. Streaming Anbieter wie Netflix und Co.

Durch Netflix und andere Streaminganbieter wird verhindert, dass Freizeitaktivitäten wie das Sprühen gehen an legale Flächen betrieben werden. Durch diese bleibt die Zielgruppe zu Hause gefangen und die App wird nicht benutzt.



Indirekte Mitbewerber



PlayStation®



XBOX



NETFLIX



Situationsmetapher

Mit unsichtbaren Schallwellen werden Botschaften in die Welt getragen. Sie verstärken jede Stimme, die gehört werden will, und lassen sie weit hinausreichen. Töne, die sonst leise bleiben würden, werden laut und klar – sie durchbrechen die Stille und schaffen Aufmerksamkeit.

Jeder Klang wird zu einer kraftvollen Botschaft, die Grenzen überwindet und Menschen erreicht. Es ist, als würden die Wellen die Stimme noch stärker machen, damit sie nicht nur gehört, sondern auch gefühlt wird. Eine einfache, aber wirkungsvolle Art, etwas zu bewegen.



Kernbotschaft

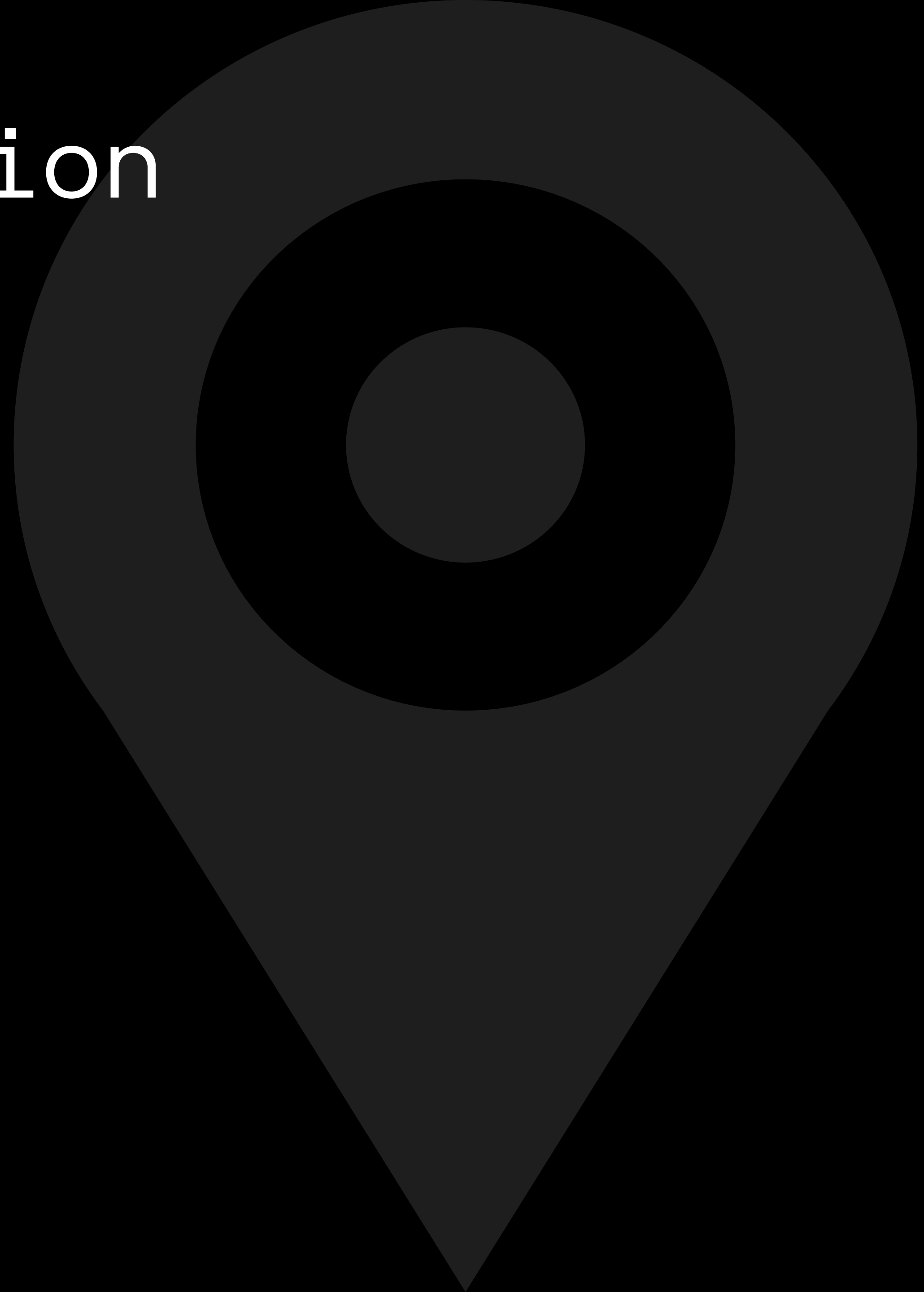
Map um Platz zu finden die legal sind das
man keine Angst haben muss...

Die Metapher beschreibt die Kraft der Kommunikation
mit der Sprühdose: Unsichtbare Wellen tragen Botschaften
weit hinaus, verstärken selbst leise Stimmen und
machen sie spürbar. Sie schafft Verbindung, durchbricht
Grenzen und verleiht Worten Macht und Bedeutung.



Die gewünschte Reaktion

Durch Installieren der App soll der User dazu animiert werden, das geplante Konzept oder das Kunstwerk in die Tat umsetzen zu gehen und durch die von der App bereitgestellte Map den Spot schnell zu finden. Außerdem soll ihm die App Freude am kreieren geben und ihn dazu bringen dich mit Freunden zu connecten.



Der Reason why

Weil es Spaß macht!

Warum diese App?

Weil sie nicht nur legale Räume schafft,
sondern auch Kreativität und Innovation fördert.
Sie verbindet Technik mit Kunst und macht
Graffiti zu einem positiven, sichtbaren Teil
der Gesellschaft.



Anmutungskriterien

Ghetto, Clean, avantgardistisch, Zeitlos

Ghetto:

Die App verkörpert die rohe, authentische Energie der Straßenkunst. Mit einem Hauch von Underground-Ästhetik wird die rebellische Seele des Graffitis eingefangen.

Clean:

Die Benutzeroberfläche soll klar strukturiert und benutzerfreundlich sein. Jede Funktion ist intuitiv zugänglich, um auch Anfängern das Navigieren leicht zu machen. Schlichte Designs und ein minimalistischer Aufbau sorgen für eine angenehme Nutzung.



Anmutungskriterien

Avantgardistisch:

Die App hebt sich durch innovative Features wie KI-gestützte Farbpaletten und interaktive Karten hervor. Mit einer mutigen, modernen Gestaltung soll sie neue Maßstäbe setzen.

Zeitlos:

die App soll klassisch und langlebig sein. Sie soll sich nicht an kurzlebigen Trends orientieren, sondern eine neue Ästhetik schaffen.

